



FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO

REDISEÑO INTERIORISTA DEL CENTRO COMERCIAL RIVER MALL

AUTORA

EVELYN ESTEFANIA AGUILAR CALVA

AÑO

2018



FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO

REDISEÑO INTERIORISTA DEL CENTRO COMERCIAL RIVER MALL

TRABAJO DE TITULACIÓN PRESENTADO EN CONFORMIDAD CON LOS
REQUISITOS ESTABLECIDOS PARA OPTAR POR EL TÍTULO DE
ARQUITECTA INTERIOR.

Profesor guía

Mgt. Gustavo Raúl Valencia Aguilar

Autora

Evelyn Estefanía Aguilar Calva

AÑO

2018

DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

"Declaro haber dirigido el trabajo, Rediseño Interiorista del Centro Comercial River Mall, a través de reuniones periódicas con la estudiante Evelyn Estefanía Aguilar Calva, en el semestre 2018-2, 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".

Gustavo Raúl Valencia Aguilar

Magister Scientiae Dirección de Empresas Constructoras e Inmobiliarias

CC: 1703753051

DECLARACIÓN DEL PROFESOR CORRECTOR

"Declaro haber revisado este trabajo, Rediseño Interiorista del Centro Comercial River Mall, de Evelyn Estefanía Aguilar Calva, en el semestre 2018-2, dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación".

María Jimena Vacas Dávila

Magister Universitario en Diseño de Interiores

CC: 1707903215

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

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

Evelyn Estefanía Aguilar Calva

CC: 1724833973

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios por darme los conocimientos necesarios para poder desarrollar este trabajo, a mi familia por su apoyo incondicional. A mis profesores: Magister Gustavo Valencia y Magister Jimena Vacas porque confiaron en mí y me apoyaron a superar mis retos, por sus enseñanzas y disposición. A la Universidad de las Américas por formarme profesionalmente.

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mis padres, Rodrigo y Marcela, a mi hermana Nena, gracias por su ejemplo, su amor y apoyo incondicional. A Fausto por estar siempre a mi lado a pesar de las dificultades y demostrarme su cariño siempre, Jess, Pau, Glo, gracias por su amistad durante este trayecto y cada momento compartido.

RESUMEN

El Centro Comercial River Mall, está ubicado en el Valle del Chillos en el sector de Sangolquí; fue el primer centro comercial construido lo que incentivo el comercio en el área, es por eso que varias competencias crecieron a su alrededor causando el olvido y deterioro del mismo.

Por esta razón se decidió intervenir con un rediseño interiorista en la planta baja del River mall, para incentivar nuevamente el comercio en el edificio. Esta propuesta tiene como objetivo general enfocarse en 3 áreas principales que son: Área Lúdica, Área de Cafetería y Escaparates.

El diseño está basado en el uso de formas volumétricas, con materiales de madera, vidrio, agua, vegetación y colores lúdicos; ya que el diseño está enfocado principalmente en el uso y recreación de los niños.

ABSTRACT

The Mall River Mall, is located in the Valle de los Chillos in the sector of Sangolquí; it was the first commercial center built that encouraged trade in the area, that is why several competitions grew around that causing the oblivion and deterioration of it.

For this reason, it was decided to intervene with an interior redesign on the ground floor of the River Mall, to encourage trade in the building again. The general objective of this proposal is to focus on 3 main areas: Play Area, Cafeteria Area and Shop windows.

The design is based on the use of volumetric forms, with wood materials, glass, water, vegetation and playful colors; that the design is focused mainly on the use and recreation of children.

ÍNDICE

1.Planteamiento del tema.....	1
1.1. Introducción.....	1
1.2. Justificación.....	2
1.3. Alcance.....	3
1.4. Objetivos.....	4
1.4.1.Objetivo General.....	4
1.4.2. Objetivos Específicos.....	4
1.5. Análisis FODA.....	5
1.6. Soporte gráfico.....	6
2.Marco Teórico.....	7
2.1.Marco Histórico.....	7
2.1.1.Historia del Comercio.....	7
2.1.2.Historia del Centro Comercial.....	9
2.1.3.Historia de los centros comerciales en Quito.....	10
2.1.4.Centro Comercial River Mall.....	12
2.2. Marco Conceptual.....	13
2.2.1. Definición de comercio.	13
2.2.2. Definición de mercado.	13
2.2.3. Definición de trueque.....	16
2.2.4. Definición de centro comercial.....	16
2.2.4.1.Tipos de Centros Comerciales.....	17
2.2.5. Psicología del Color.....	18
2.3. Marco Técnico.....	20

2.3.1. Concepto estructural.....	20
2.3.2. Tipología constructiva.....	21
2.3.3. Instalaciones y equipos.....	21
2.3.3.1. Sistema de aire acondicionado.....	21
2.3.3.2. Sistema de alarma contra incendios.	22
2.3.3.3. Sistemas de video vigilancia.	22
2.3.3.4. Tipo de luminarias.....	23
2.4. Marco Edificio.....	29
2.4.1. Normas.....	30
2.4.1.1. Normativas de Arquitectura y Urbanismo.....	30
2.4.1.2. Personas con capacidad reducida.	37
2.4.1.3. Bomberos.....	38
2.5. Marco Referencial.	40
2.5.1. Referente Mundial.....	40
2.5.2. Referente América.	43
2.5.3. Referente Nacional.	46
3. Matriz Investigativa.	49
3.1. Introducción.....	49
3.2. Entrevistas.....	49
3.2.1. Usuarios.....	49
3.2.1.1. Usuario 1	50
3.2.1.2. Usuario 2	50
3.2.1.3. Usuario 3	51
3.2.2. Dependientes de locales.	52
3.2.2.1. Dependiente 1	52

3.2.2.2. Propietario 2	53
3.2.2.3. Propietario 3	53
3.2.3. Arq. Gabriela Jervis	54
3.3. Experiencia personal.....	57
3.4. Diagnóstico.....	59
3.5. Recomendaciones	60
4. Marco Empírico.....	60
4.1 Análisis del entorno.....	60
4.1.1 Ubicación.....	60
4.1.2 Sentidos de las vías.....	61
4.1.3 Microclima.....	62
4.1.4 Áreas verdes.....	63
4.1.5 Servicios complementarios.....	63
4.2 El edificio.....	65
4.2.1 Acabados.....	66
4.2.2 Estado físico del espacio.....	67
4.2.3 Análisis arquitectónico del espacio.....	68
4.3 Estudio de zonas	72
4.3.1 Hitos urbanos.....	73
4.4 Concepto	73
4.5 Condicionantes y determinantes	75
4.5.1 Condicionantes.....	75
4.5.2 Determinantes.....	75
4.6 Programación	76
4.6.1 Cuadro de necesidades.....	76
4.6.2 Grilla de relacion.....	76
4.6.3 Programación arquitectónica.....	77

4.6.4 Diagrama de relación espacial.....	78
4.6.5 Diagrama de flujos.....	78
4.6.6 Plan masa.....	78
REFERENCIAS.....	81

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Ubicación	4
Figura 2. Fachada posterior River Mall	6
Figura 3. Espacio Interior River Mall	6
Figura 4. Origen del Comercio.	7
Figura 5. Trueque.....	7
Figura 6. Introducción de la moneda	8
Figura 7. Centro Comercial Iñaquito.....	10
Figura 8. Centro Comercial El Bosque.....	11
Figura 9. Centro Comercial Scala Shopping.	11
Figura 10. Ejemplo de mercado internacional, KFC.	14
Figura 11. Mercado nacional de flores en Ecuador.	15
Figura 12. Mercado regional.....	15
Figura 13. Mercado local.....	16
Figura 14. Centro Comercial Quicentro Shopping.....	16
Figura 15. Community Center	17
Figura 16. Power Center	18
Figura 17. Town Center	18
Figura 18. Aire acondicionado industrial	22
Figura 19. Alarma contra incendios, ionización.....	22
Figura 20. Cámaras de seguridad, IP.....	23
Figura 21. Tipos de iluminación.....	24
Figura 22. Lámpara descolgada semi-curva.	25
Figura 23. Iluminación Down light.	25
Figura 24. Tensoflex.....	25
Figura 25. Puerta abatible.	26
Figura 26. Puerta corrediza aerea.....	27
Figura 28. Piso vinílico Dry back.	28
Figura 29. Reporte de predio, local LG5.	30
Figura 30. Pasillo Dubai Mall.....	41
Figura 31. Acuario de Dubai Mall.	41
Figura 32. Pilares y cielo falso, Dubai Mall.....	42

Figura 33. Fachada frontal, Dubai Mall.	42
Figura 34. Pasillos internos, Mall of América.....	43
Figura 35. Parque temático, Mall of América.....	44
Figura 36. Techo, Mall of América.....	44
Figura 37. Planos del Mall of América.	45
Figura 38. Pasillo, El Bosque.	46
Figura 39. Fachada frontal, El Bosque.	47
Figura 40. Planta baja, El Bosque.	47
Figura 41. Planta alta, El Bosque.	48
Figura 42. Planta baja, Condado Shopping.....	57
Figura 43. Entrada principal, Condado Shopping.....	58
Figura 44. Plazoleta, Condado Shopping.....	58
Figura 45. Ubicación del centro comercial River Mall.....	62
Figura 46. Ubicación River Mall.....	63
Figura 48. Ubicación River Mall.....	64
Figura 49. Parqueadero exterior, River Mall.....	65
Figura 50. Accesos Vehiculares, River Mall.	65
Figura 51. Plano de parqueaderos internos.	66
Figura 52. Jardineras internas, River Mall.....	67
Figura 53. Diseño de pisos, River Mall.....	67
Figura 54. Balcón interno, River Mall.....	68
Figura 55. Escaparates, River Mall.....	68
Figura 56. Plano interiorista de la planta baja.	69
Figura 57. Balcón interno, River Mall.	70
Figura 58. Baldosa, planta baja, River Mall.....	70
Figura 59. Escaparates, River Mall.....	71
Figura 60. Paredes, River Mall.....	71
Figura 61. Tumbado, River Mall.....	72
Figura 62. Almacenes abandonados, River Mall.....	72
Figura 63. Estudio de zonas.....	73
Figura 64. Hitos urbanos.	74

1. Planteamiento del tema.

1.1 Introducción.

Actualmente el campo comercial ha crecido de una manera muy notoria, este incremento se ha dado con el fin de satisfacer las necesidades de los usuarios en todos los ámbitos existentes.

El Valle de los Chillos es un suburbio importante de la ciudad de Quito donde se encuentra una gran zona comercial ubicada en el sector de Sangolquí la cual ha incentivado el turismo de varias personas de la ciudad, además es una zona residencial y educativa por la presencia de colegios públicos y privadas y viviendas.

La demanda comercial incentivo a que se construyera el primer centro comercial en Sangolquí llamado River Mall, el cual cuenta con tres pisos de locales de ropa, bisutería, calzado e islas de cosmetología, comida rápida y juegos mecánicos; además tiene un área de cine y una estructura externa en forma de espiral para artículos de infantes.

En un principio causó gran impacto a la comunidad pues era un lugar donde las personas llegaban a pasear, realizar compras, pasar tiempo de distracción en familia ya que también contaba con juegos infantiles.

Pero con el paso del tiempo dejó de ser una novedad y la falta de mantenimiento hizo que los locales deterioren su estado, incluso careciendo de fachadas atractivas que logren atrapar el interés del cliente e impulsar las ventas.

Por esta razón, se planteará el rediseño interiorista de la planta baja del centro comercial River Mall, dividiéndola en 3 partes, siendo el área principal la zona lúdica, ubicada en el centro de la planta baja, seguida por la cafetería y el

diseño de los escaparates; en los cuales se plasmará un diseño funcional, ergonómico y estético; a través de diferentes acabados, texturas y colores que ayudaran a concretar la propuesta, para hacer de este espacio un lugar agradable y accesible a los diferentes puntos de venta, brindando confort tanto a los usuarios como a los propietarios y dependientes de los locales.

1.2 Justificación.

Sangolquí es una ciudad famosa por su comida típica, y a la vez muy apreciada por su clima y bosques que brindan aire puro a todos sus habitantes. Es un espacio que brinda tranquilidad y junto con sus ríos brindan un sentimiento de armonía y paz. Es por eso que al notar el atractivo natural de este lugar, se incentivó el crecimiento residencial y las necesidades de servicios generales aumentaron, entre las que es importante mencionar la evolución del comercio.

Por esta razón se construye el primer centro comercial llamado River Mall que se ubicó en el centro de Sangolquí, un lugar para el encuentro de varios suburbios, el cual ayudó a implementar el comercio y el turismo atrayendo a varias personas de la ciudad, pero nuevas tiendas independientes aparecieron y aprovecharon la afluencia de gente que este tenía ubicándose a su alrededor.

La actividad que se realiza en este espacio es el comercio y el entretenimiento tanto para adultos como jóvenes y niños, pero la escasa información que se entrega a los usuarios no es suficiente, por lo que no logra satisfacer las demandas de sus clientes que transitan a diario en el edificio.

El atractivo de este lugar era el río Santa Clara que se encuentra en la parte posterior del centro comercial conectado a través del parqueadero externo del mismo, el cual en un principio contaba con juegos mecánicos infantiles que incentivaban la visita al lugar para tener un momento de recreación familiar.

Por esta razón, se plantea implementar un área lúdica, donde los niños puedan jugar sin inconvenientes, un área de cafetería, donde los usuarios puedan descansar y relajarse mientras ven a sus niños jugar, y mejorar la fachada de los locales comerciales para que el cliente se sienta atraído a través de diseños llamativos con diferentes materiales como el vidrio, gypsum, madera y colores que logren captar la atención de los usuarios y que éstos puedan apropiarse del espacio para pasar un momento agradable y confortable.

1.3 Alcance.

El Centro Comercial River Mall, está ubicado en la Av. General Enríquez y Av. Luis Cordero del cual se rediseñará la planta baja de la primera y segunda etapa, donde la primera parte tiene 2245,47m² y la segunda parte tiene 435,17m²; más el área a intervenir tiene una magnitud de 875m² aproximadamente.

Para llevar a cabo la propuesta planteada, se fraccionara la construcción en 3 partes importantes que son: área lúdica ubicada en la parte central de la planta baja, los escaparates como atractivo de los locales y una cafetería donde los clientes pueden relajarse y descansar mientras realizan compras.

Con el fin de lograr los objetivos planteados, se llevará a cabo un diseño creativo y llamativo a través de diferentes materiales como madera, vidrio y estructuras livianas, que permitan brindar nuevas sensaciones a los usuarios; el cual cumplirá con los parámetros adecuados de ergonomía, funcionalidad y estética.

Se realizarán los cambios necesarios para lograr un espacio atractivo tanto para el cliente como para los dependientes de los locales. Al intervenir en la parte central de la planta baja, zona lúdica, se propondrá un recorrido que incentive a sus visitantes a caminar por toda el área de una manera más entretenida, donde podrán apreciar el diseño de sus escaparates, además se

utilizaran los locales desocupados para implementar un área de cafetería donde las personas puedan al realizar sus compras.

Este proceso se llevará a cabo a través de la presentación de planos arquitectónicos, planos interioristas, cortes, fachas, entre otros; los cuales permitirán tener una idea clara del manejo de materiales propuestos con el fin de explicar que se quiere alcanzar.

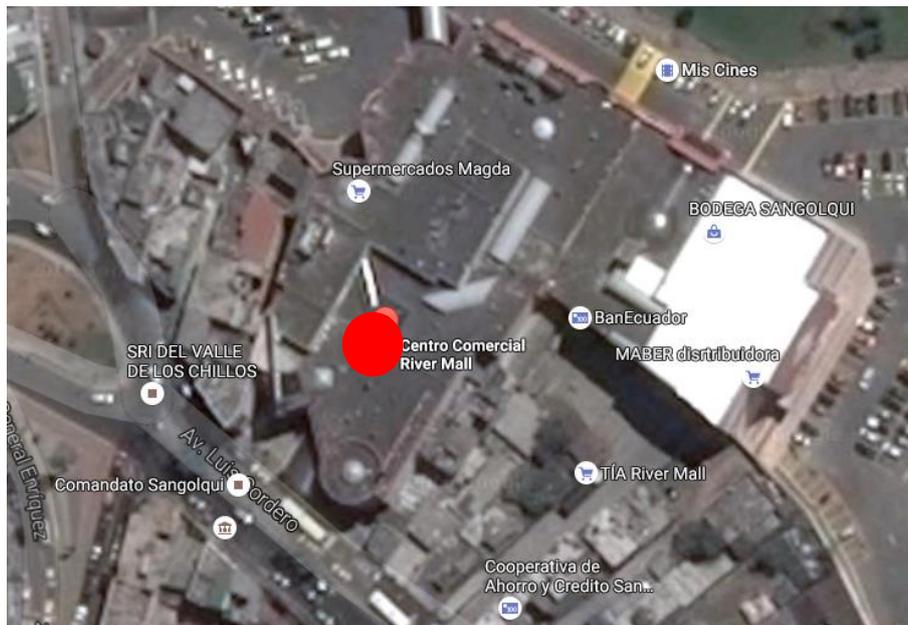


Figura 1. Ubicación River Mall.

Adaptado de: Google Maps, 2017.

1.4 Objetivos.

1.4.1 Objetivo General.

Rediseñar un sector interior de la planta baja del Centro Comercial River Mall, creando espacios funcionales, estéticos y ergonómicos para brindar un lugar confortable a los usuarios.

1.4.2 Objetivos Específicos.

Funcionalidad

- Utilizar un diseño basado en el concepto de transparencia e iluminación, a través de materiales modernos.
- Crear escaparates innovadores y creativos para llamar la atención del cliente brindándole confort visual.
- Crear un área lúdica para que los niños tengan un lugar donde recrearse basándose en la entrevista realizada a los usuarios.
- Utilizar luminarias LED para optimizar energía y mejorar la calidad de iluminación.
- Aplicar la psicología del color para crear ambientes entretenidos, relajantes y llamativos.

1.5 Análisis FODA.

Fortalezas.

- Es claramente identificado por las personas del sector y sus alrededores.
- Es un edificio nuevo, por lo que la estructura se mantiene en buen estado.
- Está ubicado en una zona residencial por lo tanto siempre será visitado por la cercanía.
- Edificio construido para el propósito comercial exclusivo.

Oportunidades.

- Gran espacio para promover el centro comercial a través de eventos.
- Cuenta con espacios idóneos para la reestructuración de los locales comerciales.
- Cuenta con tiendas importantes que servirán para crear zonas frías y calientes.
- Alto tráfico vehicular los fines de semana y en hora pico.

Debilidades.

- Falta de mantenimiento y deterioro de los acabados.
- Fachada poco atractiva para la vista del cliente.
- Sistema de iluminación básico y sin diseño de cielos rasos.

- Diseño poco atractivo y monótono.

Amenazas.

- Competencia de otros centros comerciales como:
San Luis Shopping.
Santa María.
Hipermarket.
- Alta competencia de locales independientes a su alrededor.

1.6 Soporte gráfico.



Figura 2. Fachada posterior, River Mall.



Figura 3. Espacio Interior, River Mall.

2. Marco Teórico.

2.1 Marco Histórico.

2.1.1 Historia del Comercio.



Figura 4. Origen del Comercio.

El comercio es tan antiguo como el de la sociedad, ya que con las primeras civilizaciones cuando ya se establecen en un lugar, aparecen necesidades de vestimenta, alimentación, vivienda, entre otros. El comercio es un trato entre personas para intercambiar diferentes productos con el fin de obtener beneficios mutuamente.

El origen del comercio se basa en el descubrimiento de la agricultura en el periodo Neolítico del 9000 a.C. – 4000 a.C. con la cual logran satisfacer sus necesidades básicas, pero con el paso del tiempo desarrollaron la fuerza animal para que ayudara a preparar los cultivos, lo que hizo que las cosechas aumentaran y por consecuencia hubiera un excedente de productos, generando así lugar al trueque.



Figura 5. Trueque.

Tomado de: Historia del comercio, 2017.

Al cabo de un tiempo, en la Edad Antigua 3000 a.C. – finales Siglo V d.C., se dan cuenta que este sistema ya no era suficiente por lo que empiezan a utilizar metales u objetos extraños pero valiosos como forma de pago, lo que incluía desde granos de sal hasta piedras preciosas, es así como en el año 500 a.C. aparecen las primeras monedas que permitirán un intercambio más apropiado.



Figura 6. Introducción de la moneda.

Tomado de: Wordpress, 2017.

En esta época no existían los espacios físicos por lo tanto los comercios se ubicaban al aire libre en plazas en el cual los vendedores se ubicaban de acuerdo al orden de llegada para vender sus productos.

En la Edad Media, del siglo V d.C. al XV d.C., surgen importantes rutas para el comercio transcontinental donde se trataba de abastecer la necesidad de bienes y servicios en Europa a la vez que se reactiva la economía en varias regiones.

En el siglo XV d.C. se da el descubrimiento de América gracias a la búsqueda de nuevas rutas comerciales por parte de la India, impulsando así a la evolución del comercio y al crecimiento de la banca.

Ya para el siglo XVII, el comercio transatlántico cumple un papel importante no solo por el transporte de mercancías sino también por el tráfico de pasajeros; convirtiéndose Nueva York en la capital comercial de Estados Unidos.

Con el paso del tiempo, se da lugar a los barcos de vapor dejando atrás a los barcos de vela, dando lugar a mejores travesías que son más seguras y rápidas al mismo tiempo.

Gracias a los avances en el transporte, en el siglo XIX, se revitaliza la actividad comercial ya que se podían llevar los productos a diferentes áreas de consumo; la aparición del automóvil y nuevas carreteras son de gran importancia para el comercio en especial el ferrocarril que tiene lugar en la primera parte de este siglo.

Por último, ya en los siglos XX y XXI, surge la tendencia de crear áreas libres de comercio tanto nacional como internacional, llamándose así globalización, es por eso que ya en la edad moderna con los avances de la tecnología se ha logrado incrementar el comercio de diferentes maneras tanto electrónicos como informáticos, siendo el favorito la compra por internet ya que permite hacer transferencias de dinero facilitando la comodidad del cliente y ahorro de tiempo.

2.1.2 Historia del Centro Comercial

En un principio la idea de centro comercial estaba basada en un conjunto de tiendas de tamaño pequeño, pero con el paso del tiempo ganarían lugar para ubicarse dentro de una edificación que abarque la entrada de varias personas a la vez.

Después, se creó un mall que cumpliría con las características de distribución comúnmente conocidas, en la que existen pasillos para acceder a las tiendas que cuentan con diferentes productos.

Por último para llegar a centro comercial, se decide duplicar los locales comerciales, ubicando al supermercado en la parte central de la distribución, cabe mencionar que se habla del origen de un centro comercial tradicional

donde se tendrán algunas variaciones que darán lugar a otros tipos de centro comerciales.

2.1.3 Historia de los centros comerciales en Quito.

El primer centro comercial en Quito, fue el Centro Comercial Iñaquito que se inauguró en el año 1971; cuenta con 150 locales de diferentes productos en los cuales se puede encontrar moda, calzado, tecnología, cines y un patio de comidas.



Figura 7. Centro Comercial Iñaquito.

Tomado de: Tiendeo, 2017.

Con el paso del tiempo las necesidades aumentaron y un centro comercial ya no abastecía a todos los clientes por lo que se originaron otros espacios como el Poli Centro o El Espiral.

El 20 de diciembre de 1982, se construye el Centro Comercial El Bosque, este lugar cuenta con una extensión de 48.000m² el cual en ese tiempo fue considerado el más grande del Ecuador, ya que tiene 400 locales con diferentes productos y servicios.



Figura 8. Centro Comercial El Bosque.

Tomado de: Tiendeo, 2017.

Finalmente, en los últimos 3 años se han desarrollado varios centros comerciales de gran importancia como el Scala Shopping o el Paseo San Francisco que presentan un diseño moderno introduciendo el concepto de jardines verticales.



Figura 9. Centro Comercial Scala Shopping.

Tomado de: Tiendeo, 2017

Aporte

De acuerdo a lo investigado en esta sección, se puede comprender que el comercio existió varios años atrás, en los cuales, lo más importante era la

alimentación de los antepasados, pero con los excedentes que la agricultura tenía, se decide aprovechar e implementar un método de intercambio en el cual ambas partes obtenían lo que necesitaban.

Es por eso que, con el paso del tiempo, la evolución de la tecnología y el crecimiento de la población; se considera necesario crear un espacio en el cual se puedan reunir la mayor cantidad de negocios comerciales para que el cliente pueda encontrar todo lo que necesita en un solo lugar.

Finalmente, la idea de un edificio comercial, nace de la unión de varios negocios que se ubican en un espacio determinado para satisfacer las necesidades de los usuarios, llegando así a definir un diseño general en los cuales se encontraran áreas de ocio, entretenimiento y distracción, pero que a su vez el diseño los dividirá en diferentes tipos de centros comerciales según el producto que se ofrezca y del sector en el que se encuentre ubicado.

2.1.4 Centro Comercial River Mall.

En el año 2001, la familia Mendoza Peña construye un centro comercial con el fin de crear un espacio que ofrezca bienes y servicios a los residentes del Valle de los Chillos. Es así como se da lugar al Centro Comercial River Mall, que se inauguró el 12 de marzo en el año 2004, el cual ayudó a desarrollar el comercio en la región donde se juntaron la cultura y la tradición para atraer a propios y extranjeros.

Está ubicado estratégicamente en el centro de Sangolquí, siendo accesible a varias poblaciones del sector, el enfoque de este lugar es otorgar a los clientes cuatro puntos muy importantes que son: producto, precio, calidad y atención para brindar la mejor atención.

Además, cuenta con locales importantes entre los cuales podemos destacar: Marathon Sports, ubicado en la entrada principal, Almacenes la Ganga, Banco del Pacífico y Servientrega; que ayuden a que varias personas ingresen al centro comercial para realizar diferentes actividades.

Aporte

Al conocer la historia del primer centro comercial en esta zona de Sangolquí, River Mall, se puede entender la importancia que tiene tanto para el turismo como para el comercio, es por eso que la remodelación de este lugar es importante para incentivar nuevamente los puntos antes mencionados.

2.2 Marco Conceptual.

2.2.1 Definición de comercio.

El concepto de comercio está relacionado con el intercambio de bienes y servicios a través de comerciantes, donde se obtiene un producto a través de un valor indicado, este tipo de negocio se da en cualquier lugar donde el fin sea el comercio. (Alejandro Itzik, 2004). Negocio que se hace comprando, vendiendo.

Para entender de mejor manera el comercio, este se divide en 2 tipos de comercio:

Comercio minorista.

Es la actividad de compra-venta cuyo comprador es el consumidor final, es decir, quien va a hacer uso de la mercancía.

Comercio mayorista.

Es la actividad de compra-venta cuyo comprador es un intermediario quien compra la mercadería con el fin de vendérsela a otro comerciante a un diferente valor del adquirido.

2.2.2 Definición de mercado.

El mercado es un mecanismo a través del cual compradores y vendedores llegan a un acuerdo para obtener y vender un producto, es decir en este espacio se da la actividad de comercio. Es un lugar al que puede asistir cualquier persona con el fin de intercambiar mercancía en especial productos comestibles. Itzik, Alejandro, (2004).

Robles, Begoña, (1990). Encuentro de las ofertas y demandas individuales que determinan el precio de una mercancía.

Existen algunos tipos de mercado por ámbito geográfico, que son:

Mercado internacional.

Es aquel mercado que se encuentra en varios países extranjeros, es decir aquel que exporta e importa de y para otros países, está sujeto a regulaciones y divisas establecidas.

Un Ejemplo de mercado internacional es la famosa marca de comida rápida KFC, que cuenta con 18000 restaurantes en 120 países.



Figura 10. Ejemplo de mercado internacional, KFC.

Tomado de: KFC, 2017

Mercado nacional.

Abarca el territorio nacional para el intercambio de bienes y servicios, es decir es un mercado que se desarrolla en un país obedeciendo las leyes del estado al que pertenece. Por ejemplo, en Ecuador se encuentra el mercado forestal, el cual es muy conocido por exportar sus mejores flores al exterior.

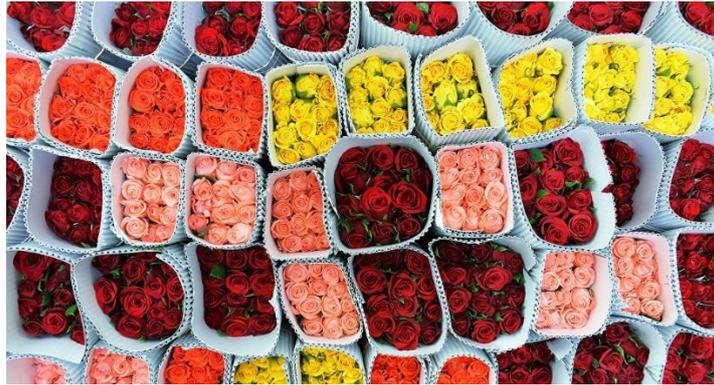


Figura 11. Mercado nacional de flores en Ecuador.

Tomado de: Florería, 2017

Mercado regional.

Es un mercado ubicado en una zona determinada libremente, está ubicado en una zona que no coincide necesariamente con los límites políticos. Este tipo de mercado se puede apreciar cuando personas naturales ubican sus negocios en distintas partes del país como pueden ser los negocios de comida típica de ciertas regiones del país, como el famoso Hornado de Sangolquí.



Figura 12. Mercado regional.

Tomado de: Comida típica, 2017.

Mercado local.

Se desarrolla en tiendas o centros comerciales dentro de un área, es un mercado ubicado en un edificio o terreno; en un entorno rural o urbano. Un

ejemplo de este mercado son los centros comerciales existentes, en los cuales se encuentran varios negocios dentro de una construcción donde acatan órdenes y reglamentos. Por ejemplo, el Centro Comercial River Mall.



Figura 13. Mercado local.

Tomado de: River Mall, 2017

2.2.3 Definición de trueque.

Es el intercambio de bienes materiales por otros objetos o servicios sin la intermediación de la moneda, es un método creado antiguamente con el fin de obtener lo requerido, pero sin dinero, es decir solo entre bienes materiales.

(Jaime Rovira, 1990). Cambio que se percibe de una compra.

2.2.4 Definición de centro comercial.

Es una construcción de gran tamaño que alberga locales de servicios como ocio, esparcimiento y diversión; los cuales son alquilados al dueño del edificio y se paga servicios de mantenimiento a la entidad administradora del lugar.



Figura 14. Centro Comercial Quicentro Shopping.

Tomado de: Tiendeo, 2017.

2.2.4.1 Tipos de Centros Comerciales.

Existen algunos tipos de centros comerciales de los cuales se destacarán los más importantes a continuación:

Fashion Mall.

Consta de una tienda departamental grande con 150 locales comerciales, generalmente son de ropa y artículos personales. No posee supermercados.

Community Center.

Son de uso diario por lo tanto cuentan con supermercados. Son visitados al menos una vez a la semana para comprar productos usuales y suelen contar con cines.



Figura 15. Community Center.

Tomado de: Chinesdec, 2017.

Power Center.

También conocido como paseo central, ya que son varias tiendas que no tienen pasillos interiores.



Figura 16. Power Center.

Tomado de: Malls México, 2017

Town Center.

Varias tiendas pequeñas con productos de uso cotidiano, generalmente con pasillos interiores.



Figura 17. Town Center.

Tomado de: Malls México, 2017.

2.2.5 Psicología del Color

Los colores son un punto importante al momento de diseñar ya que con estos se lograr transmitir las emociones de aceptación o rechazo, cada color tiene un significado que se detalla a continuación:

Naranja

Color más luminoso, activo y práctico ya que incentiva a la actividad física; es un color de destaque rápido.

Marrón

Es un color neutro que se asocia con los troncos de los árboles, la tierra, la madera; en si un color que se asocia con la naturaleza de manera estática.

Amarillo

Es un color energético, pero debe ser usado en contraste con otros colores ya que, si se pone solo, pierde fuerza por su bajo contraste.

Verde

Es un color intermedio, representa la energía y tranquilidad en un ambiente; es un color que va más hacia la juventud, la libertad, la informalidad, pero a su vez transmite confianza.

Azul

Es un color frío que transmite seriedad, tranquilidad y conocimiento; puede ser ubicado en centros de salud, bancos, instituciones y centros de formación.

Estos colores se podrán visualizar de mejor manera en materiales tales como: agua, vidrio, pisos, paredes, texturas y en el área lúdica donde se podrá observar de mejor manera los colores aplicados para crear un espacio interactivo con los usuarios de diferentes edades.

Aporte

El comercio es una actividad relacionada con el intercambio de bienes y servicios, los cuales con el paso del tiempo se dividieron en mayorista o minorista según las necesidades del cliente.

Para el desarrollo del comercio se crearon espacios que permitían a los compradores y vendedores llegar a un acuerdo para obtener un producto, llamados mercados, por lo tanto, el mercado puede ser de diferente tipo según el sector para el que sea dirigido.

Al tener una idea más clara sobre los tipos de centros comerciales existentes, se debe tomar en cuenta que cada tipología tiene una distribución de locales de manera específica de acuerdo al target para el cual está dirigido.

Por lo tanto, se puede entender que, para satisfacer las necesidades del cliente, se deben ubicar en una misma zona la mayor cantidad de tiendas comerciales distribuidas de manera ordenada y que permitan al usuario encontrar lo que desea de manera ágil y en un solo lugar.

En fin, se debe buscar que el cliente se sienta cómodo con el diseño del lugar para que pueda disfrutar de su estancia y realizar compras de mejor manera, es por eso, que se debe conocer sobre los significados de los colores a usar, ya que permitirá crear un ambiente atractivo para el usuario logrando así la motivación sensorial.

2.3 Marco Técnico.

2.3.1 Concepto estructural.

El diseño original que se presentó en un principio fue asociado con la naturaleza, especialmente con los ríos que están a su alrededor. Es un edificio destinado al comercio el cual tiene una estructura de hormigón armado y en su fachada exterior presenta un color rojo con blanco.

En el interior se puede observar paredes llanas blancas en todos sus 5 pisos, existen algunos locales que son muy amplios mientras que otros son muy estrechos, los escaparates en algunos locales son muy amplios, las baterías sanitarias se encuentran ubicadas en cada piso para comodidad de los usuarios.

Los pasillos son muy amplios, cuentan con las distancias óptimas para una buena circulación, existen islas con diferentes actividades para el usuario, también cuentan con escaleras eléctricas, ascensor y rampas que permiten un acceso adecuado de todos los usuarios sin excepción alguna.

2.3.2 Tipología constructiva.

Los locales no son equitativos, algunos tienen más área que otros y es así que hay veces en las que o se ven muy apretado o se ve muy vacío, las vitrinas son piso-techo, pero no tienen un diseño que atraiga la atención.

Los pasillos son muy amplios, pero tienen jardineras internas que impiden el tránsito normal de las personas lo que causa inconvenientes.

El piso utilizado es porcelanato blanco brillante que, en lugar con diseño de rombos verdes y rosados, a veces suele ser resbaloso. Cuenta con 2 accesos al parqueadero, el cual es muy amplio; esta una parte a la intemperie y una zona en el subsuelo. Con el paso del tiempo se han ido implementando marcas comerciales e incluso servicios públicos.

2.3.3 Instalaciones y equipos.

2.3.3.1 Sistema de aire acondicionado.

Es un tratamiento que se le da al aire para acoplarlo a las necesidades determinadas. Existen tipos de aires acondicionados, pero los que se acoplan a mi proyecto son:

- Industriales: Climatizan espacios de 120m² en adelante, se encuentran en centros comerciales, supermercados, edificios, etc.



Figura 18. Aire acondicionado, industrial.

Tomado de: Instalaciones roman, 2017.

2.3.3.2 Sistema de alarma contra incendios.

Es un sistema que, al sentir la presencia de humo, produce un sonido para que los usuarios puedan desalojar el edificio inmediatamente y los bomberos puedan proceder con su trabajo.

De ionización: Este dispositivo es muy ocupado en centros comerciales, farmacias o bancos; crea una capa de ionización en el aire y al mezclarse con el humo del fuego emite un sonido. Es el mecanismo más confiable.



Figura 19. Alarma contra incendios, ionización.

Tomado de: Sequopro, 2017.

2.3.3.3 Sistemas de video vigilancia.

Este sistema consiste en instalar cámaras de vigilancia conectadas a un grabador digital el cual permitirá ver en tiempo real lo que está pasando en el lugar desde un monitor central, además que seguirá grabando en la noche cualquier movimiento que aparezca. Existen algunos tipos de cámaras que son recomendadas pero la que utilizare serán las cámaras ip.

Cámaras IP: Es un sistema completo que se conecta al internet y muestra la imagen del lugar. Con esta cámara se puede usar un celular y tener una visión real desde cualquier parte del mundo.



Figura 20. Cámaras de seguridad, IP.

Tomado de: Tredess, 2017.

2.3.3.4 Tipo de luminarias.

Definición de iluminación.

Es el conjunto de luces que alumbran un lugar o manchas de luz, es un sistema que ayuda a resaltar la belleza de un espacio u objeto, existen diferentes tipos de luminarias según la necesidad e incluso se puede llegar a hacer un juego de luces con diferentes colores.

Según el tipo de luz:

Natural.

Esta iluminación se realiza a partir de la luz que proviene del sol y que varía según la rotación de la tierra. No puede ser manipulada por el hombre ya que es un efecto natural, pero se la puede complementar con luz artificial. Esta luz se la obtiene a través de aberturas tanto en los costados de la construcción como en la parte superior, las cuales permitirán el paso de la luz solar de manera nítida.

Artificial.

Esta iluminación proviene de luminarias, las cuales pueden ser controladas en dirección, color, intensidad y calidad. Este tipo de iluminación es la más utilizada cuando la luz natural no es suficiente e incluso cuando algún objeto necesita un tratamiento especial.

Iluminación directa.

El flujo luminoso es directo hacia abajo.

Iluminación semi-indirecta.

El flujo está dirigido en su mayor parte hacia arriba.

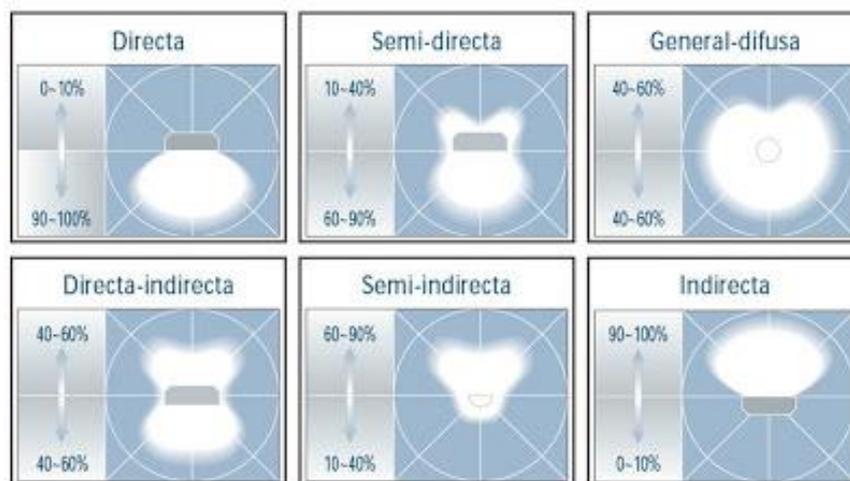


Figura 21. Tipos de iluminación.

Tomado de: Luis Rodríguez, 2017.

Iluminación General.



Figura 22. Lámpara descolgada semi-curva.

Tomado de: Olhom, 2017.

Iluminación Down light y Up light.



Figura 23. Iluminación Down light.

Tomado de: Rovasi, 2017.

Iluminación Decorativa.



*Figura 24.*Tensoflex

Tomado de: Arquigrafico, 2017.

Sistema de puertas.

Definición de puertas.

Es un elemento de construcción que tiene diferentes usos y que pueden ser fabricados en diferentes materiales como madera, aluminio, vidrio o plástico.

(Jaime Rovira, 1990). Vano de forma regular abierto en pared, cerca o verja, desde el suelo hasta la altura conveniente para entrar y salir.

(Alejandro Itzik, 2004). Armazón de madera, hierro, etc., que engoznada en el quicio y asegurada con llave o cerrojo, sirve para impedir la entrada y salida.

Existen algunos tipos de puertas, de los cuales se destacarán:

Puerta abatible: Se mueve hacia afuera o hacia dentro, su giro se debe a bisagras. Estas puertas son muy usadas tanto para residencias como para comercios.



Figura 25. Puerta abatible.

Tomado de: Ibericas, 2017.

Puerta Corrediza: Tiene un movimiento paralelo, puede ser aérea cuando está sujeta a un riel que cuelga del techo o volada cuando se mueves con rieles de piso.



Figura 26. Puerta corrediza aérea.

Tomado de: Aluminios Garcilaso, 2017.

Sistema de pisos.

Definición de pisos.

Espacio arquitectónico horizontal que sirve para pisar. Es el suelo o pavimento que se pone de base en una estructura. También se conoce como piso a las plantas de los edificios.

(Jaime Rovira, 1990). Nivel o altura uniforme del suelo de las habitaciones de una casa.

(Alejandro Itzik, 2004). Pavimento natural o artificial de habitaciones, calles, caminos, etc.

Piso vinílico.

Es un compuesto termoplástico de resina de polivinilo, cuenta con cualidades térmicas, acústicas, antiestáticas y antibacterianas. Es recomendada para centros comerciales por su resistencia al alto tráfico y su fácil mantenimiento.



Figura 27. Piso vinílico Dry back.

Tomado de: Up loads, 2017.

Aporte

Es importante tomar en cuenta las tecnologías que actualmente están en el mercado, las cuales permitirán realizar un diseño funcional, estético y ergonómico según lo requerido para que el cliente pueda disfrutar de su estancia en el lugar, es por eso que para el Centro Comercial River Mall se deben considerar algunos puntos que ayudaran a modernizar del lugar.

La climatización es un punto muy importante para el confort de los usuarios, por lo tanto, se propone dar un mantenimiento adecuado al sistema industrial que está ubicado en la terraza del centro comercial, el cual abastece todos los pisos a través de conexiones internas; adicionalmente se aprovechara entradas principales para una ambientación natural cruzada tratando de optimizar recursos.

También, es importan el uso de alarmas contra incendios para salvaguardar la vida de las personas, es por eso, que el sistema que se recomienda usar en cada uno de los locales comerciales y pasillos, es el de ionización que es el más confiable ya que al detectar el humo éste emitirá un sonido el cual alertara a los usuarios para que puedan evacuar y así los bomberos puedan actuar de manera inmediata, es decir es el más confiable para usar.

Por lo tanto, la seguridad contra robos también es relevante por lo que se aconseja el uso de cámaras IP para ser ubicadas tanto en los locales como para el edificio en general de tal manera que permita una mayor seguridad a los dueños. El modelo que se recomienda es pequeño y fácil de instalar, por lo tanto, será difícil de notar para no incomodar a los clientes, pero para brindar tranquilidad y seguridad a los dueños del local comercial.

Otro punto sumamente importante, es tener conocimiento sobre los tipos de iluminación a la hora de diseñar ya que su uso adecuado ayudará a preservar la economía del lugar

La iluminación es muy importante al momento de querer realzar la belleza de algún producto o simplemente iluminar un lugar para el confort del usuario, es por eso que se recomienda el uso de lámparas LED que son factibles pero sobretodo son ahorrativas y pueden ser utilizadas en cualquier espacio, por lo tanto, también se recomienda un juego de colores mínimo en los escaparates, los cuales permitirán representar el concepto propuesto y así captar la atención de los usuarios para así resaltar la belleza de los productos y el diseño de los escaparates de cada local.

Los accesos, son el atractivo más importante del lugar ya que incitan a los clientes a ingresar, es por eso que para el ingreso principal se puede usar una puerta giratoria, la cuales automáticas y de vidrio para que permitan todo el paso de luz posible.

Finalmente, se debe analizar el flujo de personas que transitaran sobre un espacio ya existen diferentes tipos de pisos donde cada uno tiene un uso específico y servirá según las necesidades que se presenten en el lugar, además que permite crear un espacio y diseño adecuado para el cliente. El más recomendable es el piso de vinilo ya que es fácil de instalar, limpiar y mantener.

2.4 Marco Edificio.

Es de gran importancia obtener toda la información necesaria tanto técnica como legislativa, incluyendo las normativas y ordenanzas que rigen al sector de Sangolquí.

Debido a que mi proyecto es una propiedad horizontal, no tiene un número de predio que represente en si a la construcción, pero los dueños del espacio tienen algunos locales comerciales que ayudaran como referencia.

LOCAL LG5

Clave catastral: 011000126085

Reporte Predio			
Clave Catastral:	011000126085	Área del Terreno:	154.93 m2
Cédula/RUC:	1791756746001	Área de la Construcción:	358.31 m2
Nombre Propietario:	MENDOZA PEÑA S.C.C.	Avalúo del Terreno:	\$26090.99
Dirección:	SANGOLQUI - LA PAZ, AV. LUIS CORDERO - PLANTA BAJA LOCAL LG5 -	Avalúo de la Construcción:	\$89821.11
Barrio:	LA PAZ	Avalúo Total:	\$115912.1



Figura 28. Reporte de predio, local LG5.

Tomado de: Clave catastral, 2017

En esta imagen se puede ver toda el área del centro comercial River Mall que tiene un área de 2800m2 entre la etapa 1 y 2. Como se había mencionado antes, el lugar es una propiedad horizontal por lo tanto cada local tiene su número de predio.

2.4.1 Normas

2.4.1.1 Normativas de Arquitectura y Urbanismo.

Art. 66. Dimensiones de locales: Las dimensiones de los locales se sujetarán a las normas mínimas establecidas en la presente sección, las cuales se basan en: las funciones o actividades que se desarrollen en ellos, el volumen de aire requerido por sus ocupantes, la posibilidad de renovación del aire, la distribución del mobiliario y de las circulaciones, la altura mínima del local y la necesidad de iluminación natural. Las medidas lineales y la superficie, que se refieren al dimensionamiento de locales corresponden a longitudes y áreas libres, y no a las consideradas entre ejes de construcción o estructura. (Distrito Metropolitano de Quito, 2003).

Art. 67. Altura de locales: A excepción de aquellos locales que en esta normativa se especifiquen con una altura mínima diferente, la altura mínima de locales será de 2.30 m. Las plantas bajas, cuyos usos no sean de vivienda, y éstos sean de comercio y oficinas o equipamiento podrán tener una altura libre de 2.70 m. o mayor. Estas dimensiones se observarán desde el piso terminado hasta la cara inferior del elemento construido de mayor descuelgue. (Distrito Metropolitano de Quito, 2003).

Art. 68. Área higiénica sanitaria: b) Todo edificio de acceso público contará con un área higiénica sanitaria para personas con discapacidad o movilidad reducida permanente. (Referencia NTE INEN 2 293:2000).

Urinaríos:

El tipo de aproximación debe ser frontal, en los urinaríos murales para niños, la altura debe ser de 0.40 m. y para adultos de 0.60 m. (Distrito Metropolitano de Quito, 2003).

Art. 69. Áreas de iluminación y ventilación en locales: Todo local tendrá iluminación y ventilación naturales por medio de vanos que permitan recibir aire y luz natural directamente desde el exterior. En caso de baños, escaleras, pasillos, parqueaderos, bodegas y otros espacios cerrados, los que se ventilarán e iluminarán según artículos 71 y 72.

El área mínima total de ventanas para iluminación será del 20% de la superficie útil del local.

El área mínima para ventilación será del 30% de la superficie de la ventana, porcentaje incluido dentro del área de iluminación indicada. (Distrito Metropolitano de Quito, 2003).

Art. 73. Patios de iluminación y ventilación: Los edificios deberán tener los patios descubiertos necesarios para lograr una eficiente iluminación y ventilación en los términos que se establecen en esta Sección, sin que dichos espacios, en su área mínima, puedan ser cubiertos parcial o totalmente con aleros, volados, corredores, pasillos o escaleras, permitiéndose resaltes de la fachada de 0.20 m. máximo. (Distrito Metropolitano de Quito, 2003).

Art. 74. Dimensiones mínimas en patios de iluminación y ventilación para locales: Todos los locales podrán recibir aire y luz directamente del exterior por medio de patios interiores de superficie no inferior a 12 m²., ninguna de cuyas dimensiones laterales será menor de 3.00 m., hasta una altura máxima de tres pisos. (Distrito Metropolitano de Quito, 2003).

Art. 78. Accesos a patios de iluminación y ventilación: Cada patio o pozo destinado a iluminación y ventilación, debe tener un acceso apropiado y suficiente para su mantenimiento. (Distrito Metropolitano de Quito, 2003).

Art. 80. Corredores o pasillos: Los corredores y pasillos en edificios de uso público, deben tener un ancho mínimo de 1.20 m., en este caso el número de locales atendidos no podrá ser mayor a cinco y su utilización no podrá exceder a las 10 personas. Donde se prevea la circulación frecuente en forma simultánea de dos sillas de ruedas, estos deben tener un ancho mínimo de 1.80 m.

Los corredores y pasillos deben estar libres de obstáculos en todo su ancho mínimo y desde su piso hasta un plano paralelo a él ubicado a 2.05 m. de altura. Dentro de este espacio no se puede ubicar elementos que lo invadan (ejemplo: luminarias, carteles, equipamiento, partes propias del edificio o de instalaciones).

Los pisos de corredores y pasillos deben ser firmes, antideslizantes y sin irregularidades en el acabado. No se admite tratamientos de la superficie que modifique esta condición (ejemplo, encerado). Los elementos, tales como equipo de emergencia, extintores y otros de cualquier tipo cuyo borde inferior

esté por debajo de los 2,05 m. de altura, no pueden sobresalir más de 0,15 m. del plano de la pared. El indicio de la presencia de objetos que se encuentren en las condiciones establecidas, para elementos como equipos de emergencia, extintores, etc., se debe hacer de manera que pueda ser detectado por intermedio del bastón largo utilizado por personas no videntes y baja visión. (Distrito Metropolitano de Quito, 2003).

Art. 85. Agarraderas, bordillos y pasamanos (referencia NTE IINEN 2 244:2000): Pasamanos: La sección transversal del pasamano debe ser tal que permita el buen deslizamiento de la mano la sujeción fácil y segura, recomendándose a tales efectos el empleo de secciones circulares y/o ergonómicas. Las dimensiones de la sección transversal estarán definidas por el diámetro de la circunferencia circunscrita a ella y deben estar comprendidas entre 35 mm. y 50 mm. Los pasamanos deben ser construidos con materiales rígidos y estar fijados firmemente dejando sin relieve la superficie de deslizamiento, debiendo ser colocados a los dos costados. Cuando se requiera pasamanos en las circulaciones horizontales, escaleras o rampas, estos deben ser colocados uno a 0.90 m. de altura, recomendándose la colocación de otro a 0.70 m. de altura medidos verticalmente en su proyección sobre el nivel del piso terminado y se construirán de manera que impidan el paso de niños a través de ellos; en caso de no disponer de bordillos longitudinales en los extremos de las gradas, se colocará un tope de bastón a una altura de 0.30 m. sobre el nivel del piso terminado. Los pasamanos deben resistir como mínimo una carga horizontal de 90 Kg/m². Si el pasamano es público incrementar un 30% a esta resistencia. En escaleras de emergencia, el pasamano deberá estar construido con materiales contra incendio, y debe continuar entre los pisos consecutivos sin interrupción, ni cambios bruscos de nivel e inclinación. (Distrito Metropolitano de Quito, 2003).

Art. 87. Dimensiones mínimas: Para definir el ancho mínimo de accesos, salidas, salidas de emergencia, y puertas que comuniquen con la vía pública se considerará que cada persona puede pasar por un espacio de 0.60 m. El ancho mínimo será de 1.20 m. libre.

Cuando la capacidad de los hoteles, hospitales, centros de reunión, salas de espectáculos, y espectáculos deportivos sea superior a 50 personas, o cuando el área de ventas, de locales, y centros comerciales sea superior a 1.000 m², deberán contar con salidas de emergencia que cumplan con los siguientes requisitos:

- a) Deberán existir en cada localidad o nivel del establecimiento.
- b) Serán en número y dimensiones tales que, sin considerar las salidas de uso normal, permitan el desalojo del local en un máximo de 3 minutos.
- c) Tendrán salida directa a la vía pública, o lo harán por medio de circulaciones con anchura mínima igual a la suma de las circulaciones que desemboquen en ellas. (Distrito Metropolitano de Quito, 2003).

Art. 88. Señalización: Las salidas, incluidas las de emergencia, de todos los edificios descritos en el Capítulo IV, Normas por Tipo de Edificación, deberán señalizarse mediante letreros con los textos: salida o salida de emergencia según sea el caso, y flechas o símbolos luminosos que indiquen la ubicación y dirección de las salidas, debiendo estar iluminados en forma permanente, aunque se interrumpa el servicio eléctrico general. (Distrito Metropolitano de Quito, 2003).

Art. 89. Puertas: Esta norma establece las dimensiones mínimas y las características generales que deben cumplir las puertas interiores que se requieran en las edificaciones de uso público para facilitar el acceso y salida de las personas.

a) Dimensiones: Las puertas deben tener las siguientes dimensiones: ancho libre mínimo de 0.90 m. y la altura 2.05 m. El ángulo de apertura máximo recomendable oscila entre 135° y 180°. El picaporte deberá situarse a una altura aproximada de 1.00 m. Las puertas de cristal deben estar convenientemente señalizadas para evitar riesgos de colisión. Se debe respetar los espacios de aproximación, apertura y cierre, quedando definidos el área de barrido y ancho de paso.

Puertas automáticas: Las puertas de apertura automática deben estar provistas de un sensor de detección elíptica cuyo punto extremo estará situado a 1.50 m. de distancia de la puerta en una altura de 0.90 m. del piso terminado

en un ancho superior al de la puerta en 0.60 m. a cada lado de la puerta. El tiempo de apertura estará determinado por el sensor, por tal razón es indispensable la colocación de estos, tanto en el interior como en el exterior.

Detector de piso: Las alfombras o moquetas de activación deben ser de 1.50 m. de largo por un ancho superior al de la puerta en 0.60 m. a cada lado de esta y deben estar provistas de puntos sensibles en toda la superficie, el sistema debe activarse con 20 kg de peso.

Puertas giratorias: Este tipo de puerta no es accesible para personas con discapacidad y movilidad reducida. Donde se instale una puerta giratoria, debe colocarse una puerta alternativa de entrada para personas con discapacidad y movilidad reducida de acuerdo a las normas correspondientes.

Zócalo: Debe existir un zócalo de protección mayor o igual de 0.30 m. de alto en todo el ancho de la puerta y en las dos caras de la misma para disminuir los efectos de choque del reposapiés de la silla de ruedas.

Puertas corredizas: Las puertas corredizas son recomendables en zonas de tamaño reducido. Para facilitar la maniobrabilidad de la silla de ruedas, deben colgarse las puertas con mecanismos de rodamiento adecuados con el fin de evitar esfuerzos excesivos para mover la puerta. En cuartos de baño y cocinas debe resolverse la estanqueidad de las juntas. Los mecanismos de desplazamiento en el piso no deben ser mayores de 20 mm de altura.

Puertas con cierre automático: Los usuarios de silla de ruedas y otros con movilidad reducida tienen dificultad para usar puertas con cierre automático. La fuerza exigida para abrirlas debe reducirse tanto como sea posible. Los edificios públicos preferiblemente deben tener puertas automáticas corredizas.

b) Identificación de la puerta: Las puertas de salida, o salidas de emergencia de hoteles, hospitales, centros de reunión, salas de espectáculos, espectáculos deportivos, locales, y centros comerciales deberán satisfacer los siguientes requisitos: Siempre serán abatibles hacia el exterior sin que sus hojas obstruyan pasillos o escaleras. El vano que dejen libres las puertas al abatirse no será en ningún caso menor que el ancho mínimo fijado en el Art. 85. Contarán con dispositivos que permitan su apertura con la presencia o el simple empuje de los concurrentes. Cuando comuniquen con escaleras, entre

la puerta y el desnivel inmediato deberá haber un descanso con una longitud mínima de 1.20 m. No habrá puertas simuladas ni se colocarán espejos en las mismas. (Distrito Metropolitano de Quito, 2003).

Art. 103. Escaleras mecánicas y eléctricas:

- a) En ningún caso, las dimensiones para escaleras fijas de una edificación, podrán reducirse por la instalación de escaleras mecánicas.
- b) 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 inferiores a 1.50 m., a partir del piso metálico de embarque.
- c) El ángulo de inclinación será de 25°, 30° o 35°.
- d) La velocidad de desplazamiento podrá variar entre 0.30 m/s y 0,60 m/s. (Distrito Metropolitano de Quito, 2003).

Art. 130. Vías de evacuación: Toda edificación deberá disponer de una ruta de salida, de circulación común continua y sin obstáculos que permitan el traslado desde cualquier zona del edificio a la vía pública o espacio abierto. Las consideraciones a tomarse serán las siguientes:

- a) Cada uno de los elementos constitutivos de la vía de evacuación, como vías horizontales, verticales, puertas, etc., deberán ser construidas con materiales resistentes al fuego.
- b) La distancia máxima de recorrido en el interior de una zona hasta alcanzar la vía de evacuación o la salida al exterior será máximo de 25 m., pero puede variar en función del tipo de edificación y del grado de riesgo existente. La distancia a recorrer puede medirse desde la puerta de una habitación hasta la salida en edificaciones que albergan pocas personas, en pequeñas zonas o habitaciones, o desde el punto más alejado de la habitación hasta la salida o vía de evacuación cuando son plantas más amplias y albergan un número mayor de personas.
- c) La vía de evacuación en todo su recorrido contará con iluminación y señalización de emergencia. (Distrito Metropolitano de Quito, 2003).

Art. 140. Señalización de emergencia: Todos los elementos e implementos de protección contra incendios deberán ser debidamente señalizados para su fácil identificación desde cualquier punto del local al que presten protección.

Todos los medios de salida con sus cambios de dirección (corredores, escaleras y rampas) serán señalizados mediante letreros con texto SALIDA o SALIDAS DE EMERGENCIA, según sea el caso y flechas o símbolos luminosos que indiquen la ubicación y dirección de la salida, debiendo estar iluminados en forma permanente, aunque se interrumpa el servicio eléctrico general.

Los colores, señales, símbolos de seguridad como los colores de identificación de los diferentes tipos de tubería se registrarán de acuerdo a lo establecido en las Normas INEN 440 y 439, se considerará además lo establecido en la NTE INEN 2 239:2000 referente a señalización y a lo dispuesto por el Cuerpo Metropolitano de Bomberos de Quito. (Distrito Metropolitano de Quito, 2003).

Es necesario tomar en cuenta todas las normativas necesarias que ayuden a crear un espacio confortable y seguridad para todos los usuarios, además que así se evitarán problemas con el municipio y nos permitirán seguir con el proyecto.

2.4.1.2 Personas con capacidad reducida.

3.1.1 Dimensiones: Las puertas, a más de los requisitos de la norma NTE INEN 1995, deben tener las siguientes dimensiones: ancho libre mínimo de 900 mm y la altura 2 050 mm. (Luis Fernando Moreno, 2001).

3.1.1.2 Puertas giratorias: Este tipo de puertas no es accesible para personas con discapacidad y movilidad reducida. Donde se instale una puerta giratoria, debe colocarse una puerta alternativa de entrada para personas con discapacidad y movilidad reducida de acuerdo a las NTE INEN correspondientes. (Luis Fernando Moreno, 2001).

3.1.4 Zócalo: Debe existir un zócalo de protección ≥ 300 mm de alto en todo el ancho de la puerta y en las dos caras de la misma para disminuir los efectos de choque del reposapiés de la silla de ruedas. (Luis Fernando Moreno, 2001).

Es importante tomar en cuenta las normativas para personas con capacidad reducida ya que ellas también son importantes para la sociedad y es por eso

que al seguir las normas haremos que ellos se sientan incluidos en el espacio y que puedan disfrutar del lugar.

2.4.1.3 Bomberos.

Art. 119. Elevación y montacargas: Los pozos de elevadores y montacargas estarán contruidos con materiales incombustibles y contarán con un sistema de extracción de humos, y tomarán en cuenta las disposiciones del Art. 95 sobre las Condiciones del Pozo de Ascensores. (Distrito Metropolitano de Quito, 2003).

Art. 124. Puertas: En todas las edificaciones con excepción de las viviendas unifamiliares, las puertas que se dispongan a lo largo de la vía de evacuación se construirán con materiales a prueba de fuego, especialmente a la entrada de ascensores y escaleras, en donde el efecto de embudo y tubo puede facilitar una propagación del fuego hacia los pisos superiores o donde líquidos o sólidos inflamables pueden extender el fuego a pisos inferiores.

Este tipo de puertas deberán cumplir con las siguientes disposiciones:

- a)** Girar sobre el eje vertical y su giro será de 90 a 180 grados.
- b)** Contar con un dispositivo de cierre automático.
- c)** En ningún caso el ancho libre será inferior a 0.90 m., ni su altura menor a 2.10 m.
- d)** Las cerraduras no requerirán el uso de llaves desde el interior para poder salir, si son puertas automáticas deben tener posibilidad de apertura manual.
- e)** El sistema de cierre no deberá sufrir defectos de funcionamiento por acción del calor.
- f)** Las puertas tipo cortafuegos responderán al tiempo mínimo requerido de resistencia al fuego, según la clase de riesgo de incendio del local donde se ubiquen.
- g)** Las puertas que conduzcan a lugares peligrosos o puedan inducir a error en el momento de la evacuación deberán mantenerse cerradas y con la señalización: -SIN SALIDA-. (Distrito Metropolitano de Quito, 2003).

Art. 125. Pisos, techos y paredes: Los materiales que se empleen en la construcción, acabado y decoración de los pisos, techos y paredes, de las vías de evacuación o áreas de circulación general de los edificios serán a prueba de fuego y que en caso de arder no desprendan gases tóxicos o corrosivos que puedan resultar claramente nocivos. (Distrito Metropolitano de Quito, 2003).

Art. 132. Extintores de incendio: Toda edificación deberá estar protegida con extintores de incendio del tipo adecuado, en función de las diferentes clases de fuego, el tipo de construcción y el uso de la edificación.

Los extintores se colocarán en las proximidades de los sitios de mayor riesgo o peligro, de preferencia junto a las salidas y en lugares fácilmente identificables y accesibles desde cualquier punto del local, considerando que la distancia máxima de recorrido hasta alcanzar el extintor más cercano será de 25 m.

Los extintores ubicados fuera de un gabinete de incendios, se suspenderán en soportes o perchas empotradas o adosadas a la mampostería, de tal manera que la base de la válvula estará a una altura de 1.50 m. del nivel del piso acabado; se colocarán en sitios fácilmente identificables y accesibles. (Distrito Metropolitano de Quito, 2003).

Art. 138. Sistema de detección automática, alarma y comunicación interna de incendios: Serán de la clase y sensibilidad adecuada para detectar el tipo de incendio que previsiblemente pueda producir cada local y evitando que los mismos puedan activarse en situaciones que no correspondan a una emergencia real.

La instalación del Sistema de Detección Automática de Incendios como la de los pulsadores de alarma deberá estar alimentada permanentemente por el servicio de la red pública y por una fuente energética de emergencia, que asegure su funcionamiento sin interrupción.

Los sistemas de detección, alarma y comunicación interna de incendios se someterán a las disposiciones del reglamento de prevención de incendios. (Distrito Metropolitano de Quito, 2003)

Aporte

El conocimiento sobre las normativas de construcción es importante, ya que aprender sobre las dimensiones para un espacio funcional permitirá plantear una propuesta de diseño interiorista adecuada para los usuarios.

Se debe tomar en cuenta las medidas necesarias en pasillos para permitir el paso fluido de los usuarios y así evitar aglomeraciones; también se debe considerar las alturas las cuales también permitirían una ventilación adecuada para el espacio.

También se debe tener conocimiento sobre las medidas mínimas para las personas con capacidades reducidas ya que deben ser integradas al espacio sin ninguna discriminación.

La señalización es un punto importante a tomar en cuenta ya que debe estar ubicada a una altura considerable, la cual permita ser apreciada por todas las personas y otorgue la información necesaria.

Finalmente, las normativas de bomberos son necesarias para el planteo de un diseño seguro en el cual se ayudará a salvaguardar la integridad y seguridad de las personas.

2.5 Marco Referencial.

Las siguientes referencias a evaluar permitirán tener conocimiento de los materiales, colores, distribución y funcionalidad para aplicarlos en el rediseño del centro comercial River Mall, estos parámetros son importantes para poder obtener una guía en el proyecto.

2.5.1 Referente Mundial.

Dubai Mall

Es el centro comercial más grande del mundo referente a su área total, está ubicado en Dubai y consta con 1200 almacenes. Fue inaugurado en noviembre del año 2008 y construido por en asociación entre las firmas de construcción Dutco Balfour Beatty y Al Ghandi Consolidated Contractors Company JV.



Figura 29. Pasillo Dubai Mall.

Tomado de: The Dubai Mall, 2017

En esta ilustración se puede reconocer que el centro comercial posee un gran pasillo con islas temáticas las cuales tienen un manejo de iluminación sofisticado y también son llamativas para los usuarios.



Figura 30. Acuario de Dubai Mall.

Tomado de: The Dubai Mall, 2017

En esta imagen se puede observar que tiene un acuario incorporado, este espacio cuenta con más de 100 especies marinas, el cual logra captar la atención de todo el mundo e incluso incentiva las visitas con mayor frecuencia.



Figura 31. Pilares y cielo falso, Dubai Mall.

Tomado de: The Dubai Mall, 2017

En esta imagen, podemos apreciar que los asientos rodean una luminaria que va hasta el cielo falso y forma parte del paisaje que se presenta en este.

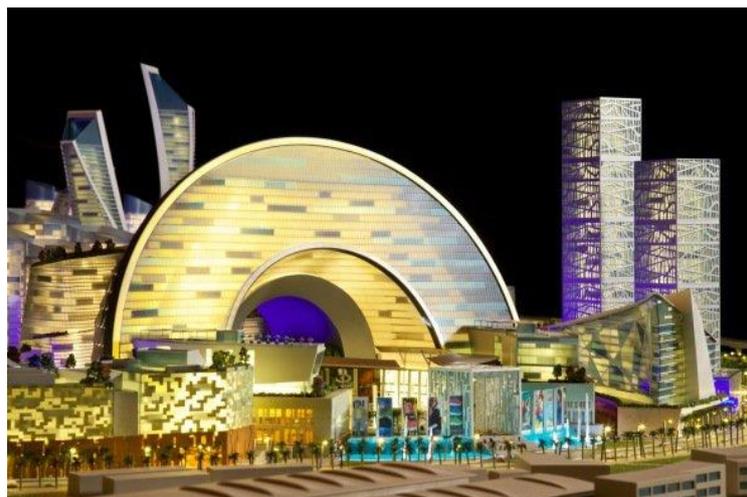


Figura 32. Fachada frontal, Dubai Mall.

Tomado de: The Dubai Mall, 2017.

En la fachada frontal se puede notar que está completamente iluminada e incluso tiene un diseño llamativo en el cual está marcado el acceso.

Aporte

En este centro comercial se puede destacar los materiales que se usan como la madera, el acero y el vidrio, los cuales forman parte de un diseño moderno y glamoroso; es decir, está dirigido para un target económico alto.

Se logra identificar las fachadas internas con detalles en arco, los cuales marcan el ingreso individual de cada local manejando un diseño modular.

En los pasillos internos se encuentra bancas que se integran al diseño propuesto donde las luminarias son piso-techo formando así parte del cielo raso.

La entrada principal se encuentra marcada a través de un diseño que sobresalta en toda la construcción, pero a la vez es parte de un todo.

2.5.2 Referente América.

Mall of América

Este centro comercial ubicado en Estados Unidos, fue inaugurado en 1992 y su concepto fue diseñado y construido por Triple Five Group, propiedad de los hermanos Ghermezian de Canadá.

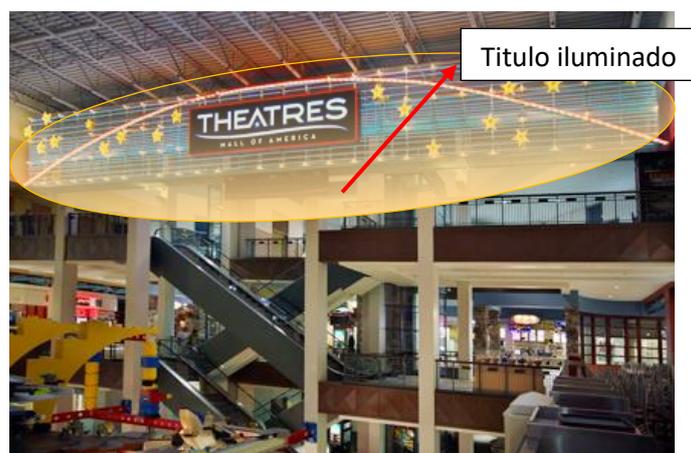


Figura 33. Pasillos internos, Mall of América.

Adaptado de: Mall of América, 2017.

En esta imagen, se aprecia un techo industrial donde los títulos de los locales comerciales tienen juegos de iluminación que resalta la marca, además que se aprecia a simple vista lo llamativo que es.



Figura 34. Parque temático, Mall of América.

Tomado de: Minneapolis, 2017.

Dado que el centro comercial es amplio, tiene instalado un área de juegos mecánicos, el cual marca el estilo de la construcción y se ve bien. Todo su concepto y está basado en este parque de diversiones el cual es el enfoque principal ya que va destinado a personas de todas las edades.



Ilustración 35. Techo, Mall of América.

Tomado de: Mall of América, 2017.

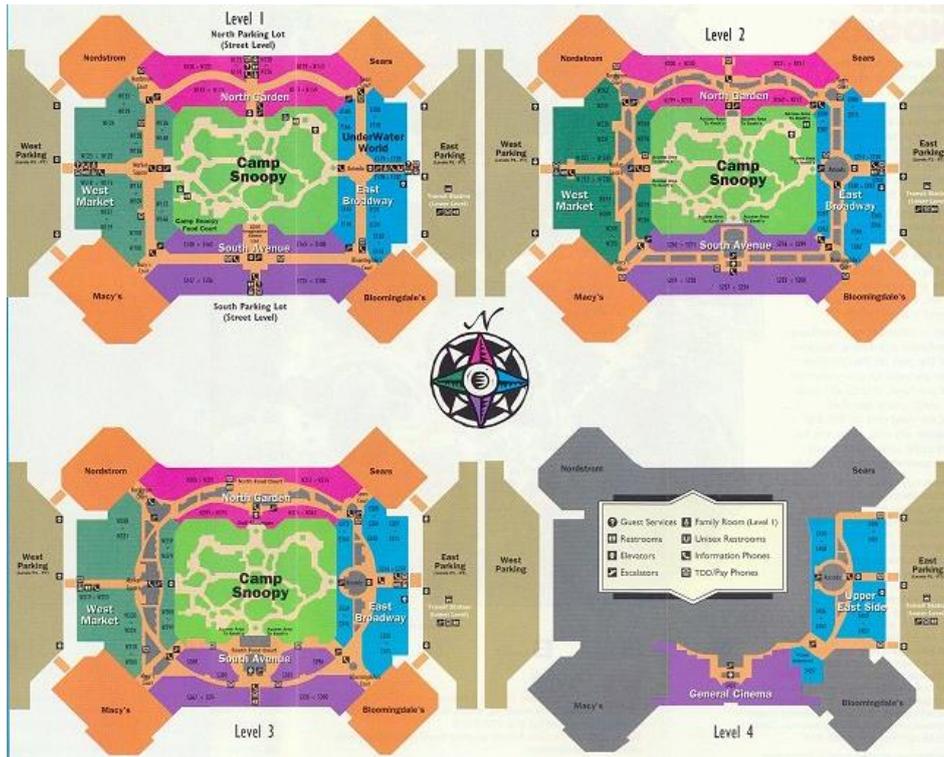


Figura 36. Planos del Mall of América.

Tomado de: Mall of América, 2017

En los planos se puede notar que cada nivel tiene un diseño específico en la parte central, el cual es el atractivo de este centro comercial.

Aporte

El diseño interiorista que presenta este centro comercial es interesante ya que tiene un concepto de diversión el cual se convierte en el atractivo directo del lugar y esta aplicado directamente en el diseño.

También se puede reconocer que tiene un diseño industrial en el cual sobresalen las estructuras metálicas tanto de los juegos mecánicos como del centro comercial en sí, pero con la iluminación adecuado también brinda un aspecto moderno el cual está dirigido para las personas de todas las esas donde puede disfrutar de sus compras con diversión.

Tiene una cubierta mecanizada, la cual permite el paso de luz natural en grandes cantidades, haciendo que el lugar se vea más amplio y claro, además

que también usa colores vivos tanto en el diseño de pisos como en las islas que se encuentran.

2.5.3 Referente Nacional.

El Bosque

Este centro comercial fue inaugurado el 20 de diciembre de 1982 en Quito y está rodeado de puntos estratégicos que permiten una vista general de sus centros comerciales y también cuenta con algunas cafeterías a su alrededor.



Figura 37. Pasillo, El Bosque.

Tomado de: Tiendeo, 2017

En esta imagen se identifica que el piso tiene un porcelanato amarillo con blanco, el cual hace ver al lugar como amplio e iluminado.



Figura 38. Facha frontal, El Bosque.

Tomado de: Panorámico, 2017

Además, podemos observar que en la parte exterior se adecua al ambiente, es decir, tiene la entrada principal marcada pero no distorsiona con el entorno que lo rodea.



Figura 39. Planta baja, El Bosque.

Tomado de: Tiendeo, 2017.



Figura 40. Planta alta, El Bosque.

Tomado de: Tiendeo, 2017.

Aquí se puede observar la zonificación del centro comercial El Bosque, el cual cuenta con 3 accesos importantes rodeados de centros comerciales llamativos y con diseños innovadores, también se ve que las 3 entradas tienen un punto central que es donde se realizan eventos.

Aporte

Este diseño es innovador y atractivo ya que crea un recorrido a lo largo de todo el centro comercial, incentivando la visita a varios locales comerciales. La ubicación estratégica de los locales comerciales crea un recorrido interesante para los usuarios, además que el ingreso principal se encuentra marcado visiblemente.

El uso de vegetación en los balcones, hace lucir al lugar más fresco, el cual, como se menciona en la psicología del color, refleja tranquilidad y frescura;

también el uso de colores claros transmite la sensación de ser un lugar amplio e iluminado.

3. Matriz Investigativa.

3.1 Introducción.

Los centros comerciales son usados para brindar un momento de relajación, diversión y satisfacción a sus visitantes. Actualmente el centro comercial River Mall es usado de una manera limitada, es decir los usuarios se dirigen al lugar deseado sin percatarse de lo existente a su alrededor.

El cabal conocimiento del fenómeno y objeto referidos al Centro Comercial River Mall requerirá que se utilicen las siguientes herramientas para conocimiento detallado, objetivo y de origen profesional, con el fin de entender y comprender cuales son las necesidades del usuario a cubrir.

La primera de las herramientas a usar, serán entrevistas directas que se realizaran a usuarios frecuentes del centro comercial, así como también se encuestará a propietarios de diferentes locales comerciales existentes en este lugar.

Adicionalmente, se entrevistará a Gabriela Jarvis, profesional vinculada al diseño de espacios comerciales y docente de la Universidad de las Américas en la escuela de Arquitectura Interior.

Finalmente, y como elemento importante expondré con criterio profesional y analítico la función y fenómeno que se da en el River Mall, para entender cuáles son los errores que se presentan y encontrar posibles soluciones para que los usuarios puedan disfrutar de su paseo.

3.2 Entrevistas

Como elemento importante del proyecto usare herramientas investigativas como: entrevistas, experiencias personales; ya que a través de los resultados planteados se podrá llegar a un mejor diseño interiorista.

3.2.1 Usuarios

Las entrevistas a usuarios fueron realizadas el día martes 15 de noviembre a las 17:30 en la entrada principal del centro comercial a 3 personas que salían del lugar, con la intención de saber qué es lo que buscan en este lugar y si tienen recomendación para su mejora.

3.2.1.1 Usuario 1

El primer usuario era un señor extranjero que llegó de Venezuela y por primera vez visitaba el centro comercial, se encontraba en la entrada principal. Tenía alrededor de 40 años y parecía ejecutivo.

1.- ¿Con que frecuencia visita el centro comercial River Mall?

Es la primera vez que vengo a este lugar.

2.- ¿Qué actividades realiza en este lugar?

Voy al cine.

3.- ¿Cree que el espacio puede mejorar de alguna manera? ¿Cómo?

Si, atrayendo a más personas.

4.- ¿Disfruta realizar actividades en este lugar? ¿Por qué?

No, porque solo vengo al patio de comidas o voy al cine y no me fijo en lo demás.

5.- ¿Cree que los colores usados actualmente ayudan a crear un espacio de recreación? ¿Por qué?

No. Los colores son muy tristes, necesita colores con más vida.

3.2.1.2 Usuario 2

La segunda entrevista fue realizada a una señora (33 años y ama de casa) que estaba con su esposo (35 años y ejecutivo) y su hijo pequeño (8 años), ellos iban de salida del centro comercial.

1.- ¿Con que frecuencia visita el centro comercial River Mall?

Una o dos veces al mes.

2.- ¿Qué actividades realiza en este lugar?

Solo vamos al patio de comidas.

3.- ¿Cree que el espacio puede mejorar de alguna manera? ¿Cómo?

Si. Mejorando la decoración, usando los locales vacíos que actualmente existen.

4.- ¿Disfruta realizar actividades en este lugar? ¿Por qué?

Si, por que queda cerca de nuestra casa.

5.- ¿Cree que los colores usados actualmente ayudan a crear un espacio de recreación? ¿Por qué?

No. Porque todo es blanco, se necesitan colores que llamen la atención, colores vivos y atractivos.

3.2.1.3 Usuario 3

La última entrevista fue realizada a un señor (30 años, contador público) que estaba saliendo del centro comercial con sus dos hijos pequeños (10 y 8 años), es divorciado.

1.- ¿Con que frecuencia visita el centro comercial River Mall?

Una vez a la semana, cuando vengo a visitarles a ellos.

2.- ¿Qué actividades realiza en este lugar?

Pasear (dicen los hijos).

3.- ¿Cree que el espacio puede mejorar de alguna manera? ¿Cómo?

Si. Creando más juegos para niños, ubicando una zona para hacer deportes, por ejemplo, existen paredes altas que podrían ser utilizadas para escalar.

4.- ¿Disfruta realizar actividades en este lugar? ¿Por qué?

Sí, porque queda cerca a la casa de mis hijos.

5.- ¿Cree que los colores usados actualmente ayudan a crear un espacio de dispersión? ¿Por qué?

Sí, pero podrían usar más iluminación como el San Luis que se ve más llamativo, más colorido.

3.2.2 Dependientes de locales.

Las entrevistas a usuarios fueron realizadas el día martes 15 de noviembre a las 17:30 a 3 dependientes de locales de diferentes productos para saber lo que opinan y cuáles son sus necesidades tanto externa como internamente, con la intención de saber qué es lo que buscan en este lugar y si tienen recomendación para su mejora.

3.2.2.1 Propietario 1

Visite a la dependiente del local Lanas & Telas, era una chica de 25 años que pasa todo el día en el lugar.

1.- ¿Con que frecuencia visitan su local los clientes?

Mucha frecuencia.

2.- ¿De las personas que ingresan cuantas salen comprando?

De 10 compran 8.

3.- ¿Cree que el espacio puede mejorar de alguna manera? ¿Cómo?

Sí, hay mucho desperdicio de espacio, mala organización y distribución de locales.

4.- ¿Cree que un rediseño interiorista ayudaría a mejorar las ventas? ¿Por qué?

Sí, porque se pueden aprovechar los espacios vacíos para tener espacio, así pueden mejorar las ventas y sería más llamativo.

5.- ¿Cree que los colores usados actualmente ayudan a crear un espacio de recreación? ¿Por qué?

No, son muy apagados, poco llamativos, hace falta más luz, aumentar la publicidad y mejorar la ambientación musical, poner colores más vivos.

3.2.2.2 Propietario 2

La segunda tienda que visite fue una de chompas que era un lugar muy pequeño y demasiado caluroso, no podían ingresar más de 2 personas a la vez por la incomodidad. La señora era de 35 años de edad y tenía a su hijo de 2 años a su lado mientras atendía.

1.- ¿Con que frecuencia visitan su local los clientes?

Muy poco, a veces 8 personas y a veces nadie.

2.- ¿De las personas que ingresan cuantas salen comprando?

De 8 que ingresan solo 2 compran.

3.- ¿Cree que el espacio puede mejorar de alguna manera? ¿Cómo?

Si, se puede ampliar el local, ya que es muy pequeño y no hay como poner la ropa de mejor manera y tampoco permite que entren más personas.

4.- ¿Cree que un rediseño interiorista ayudaría a mejorar las ventas? ¿Por qué?

Sí, porque tienen que actualizarse en colores e iluminación.

5.- ¿Cree que los colores usados actualmente ayudan a crear un espacio de dispersión? ¿Por qué?

No, son colores antiguos y aburridos; necesita más colores vivos, detalles e iluminación.

3.2.2.3 Propietario 3

La última tienda era de vestidos y se llama PINK, atendía una chica joven de 20 años que se encontraba arreglando la ropa.

1.- ¿Con que frecuencia visitan su local los clientes?

Siempre.

2.- ¿De las personas que ingresan cuantas salen comprando?

De 10 compran 5.

3.- ¿Cree que el espacio puede mejorar de alguna manera? ¿Cómo?

No, porque no me hace falta nada en el lugar; lo que podrían indicar es que hace falta más publicidad.

4.- ¿Cree que un rediseño interiorista ayudaría a mejorar las ventas? ¿Por qué?

Sí, porque atraería a más personas lo que incrementaría las ventas.

5.- ¿Cree que los colores usados actualmente ayudan a crear un espacio de dispersión? ¿Por qué?

Si, el blanco se ve muy bien.

3.2.3. Arq. Gabriela Jervis.

Estudios:

Arquitectura

Universidad de Génova-Italia

Maestría en Diseño de interiores de locales comerciales. Barcelona

EXPERIENCIA LABORAL:

- Adriana Hoyos

Coordinadora de Design Consultation (1 año y medio)

- Docente UDLA (actualidad)

Profesora de proyectos y NABA.

- Empresa propia en diseño de interiores residenciales.

1.- ¿Qué aspectos se deben tomar en cuenta al momento de diseñar un centro comercial?

“Como primer paso tendríamos que hacer un cuadro de necesidades donde tendríamos que considerar todos los espacios que vamos a utilizar no cierto?”

Donde tenemos que considerar todas las zonas que vamos a necesitar zonas de ropa de comida de ocio etc. etc. también tenemos que considerar la parte sanitaria donde van a ir las baterías sanitarias la circulación sea horizontal o vertical etc. etc. todo eso tienes que tomar en cuenta en el cuadro de necesidades. A partir del cuadro de necesidades después tendrás que hacer un cuadro de relación de cómo se van a unir estas zonas y después continuaras con el diseño.”

2.- ¿Que elementos deben estar presentes para llamar la atención del cliente?

“Esto me preguntas como centro comercial o local comercial? “

-Como centro comercial primero.

“A ver como centro comercial creo que uno de los puntos para llamar la atención del cliente está en su concepto, es a partir del concepto como vas a llevar el diseño del centro comercial si esta va a ser ecológico no se me invento sostenible etc. etc. por ahí por el concepto es donde se debe llamar la atención.”

- Respecto a locales comerciales?

“Igual pero ahí ya puedes jugar con colores con los nombres. Pero en si como centro comercial tiene que ser el concepto tiene que ser un concepto innovador algo nuevo que no haya en el mercado.”

3.- ¿Por qué es importante tener un escaparate en un centro comercial y cuáles son sus ventajas?

“A ver cada tienda debería tener su escaparate, el centro comercial a la final es un gran contenedor de locales comerciales entonces cada local comercial debería tener su escaparate. Ahora hoy en día existen diferentes tipos de escaparates incluso podrían estar sueltos o distribuidos por otras partes del centro comercial y no simplemente anexados al local comercial podrían estar en diferentes zonas en la circulación horizontal.”

4.- ¿Qué colores usted recomendaría para que los espacios del centro comercial generen tranquilidad y confort a los usuarios?

“A ver para que quieres tranquilidad en un centro comercial en un centro comercialidad no debes requerir tranquilidad... en un centro comercial a la final la gente va para sentirse motivado activo no tienen que estar tranquilos ni que se relajen tienes que crear actividad... en realidad los colores no deberían ser chillones, pero tampoco deberían ser colores que generen demasiado relax en las personas. Lo confortable también deberías buscar a través de materiales... lo puedes generar con materialidad o con el concepto nuevamente por ejemplo si el concepto es muy natural e introduces mucha vegetación eso trae paz la vegetación te trae muchísima tranquilidad y confort... otros aspectos que generan confort es una correcta climatización una correcta temperatura una correcta iluminación y que tampoco los espacios estén muy aglomerados.”

5.- ¿A través del diseño, que se puede hacer para que el cliente permanezca más tiempo en el lugar sintiéndose cómodo y que asegure una compra?

“...nosotros como diseñadores tenemos muchísimo poder y puedes hacer que nuestro cliente vaya por ciertos lugares donde nosotros queremos y también podemos hacer que tenga mayor duración como podemos hacer? Con la ubicación por ejemplo de mobiliario las góndolas colocadas de cierta manera el ingreso colocado por un lado y la salida por otro lado también podemos generar atracción en ciertos puntos a través de color de iluminación de letreros etc. etc. entonces el recorrido que estás haciendo lo estas programando...”

6.- ¿Cuáles son las luminarias más usadas en centros comerciales?

“A ver, dentro los centros comerciales tenemos diferentes tipos de iluminación tenemos la iluminación general la iluminación de acento tenemos iluminación de retroiluminación, pero generalmente en los espacios donde quiero que la gente transite más rápido como pasillo o baños debería ir luz fría y los lugares donde yo quiero que se queden más tiempo iría luz cálida...”

7.- ¿Respecto a climatización, cuales son los objetos que se recomienda usar para que no rompan con el diseño?

“Bueno hoy en día tenemos los aires acondicionados que pueden ser parte de tu diseño no necesariamente tiene que verse el aparato otro aspecto de climatización que se está usando es la ventilación de cruzada... dependiendo de donde esté ubicado el centro comercial debería ser controlada la temperatura... puedes generar también espacios abiertos...”

8.- ¿Cuáles son los materiales más usados para pisos y cielos falsos que resistan al alto tránsito de personas?

“A ver para pisos lo que más se utiliza es porcelanato, cerámica, mármol también es súper caro, pero también se puede utilizar este pero lo que más se utiliza es porcelanato hoy en día tenemos porcelanato que parece madera porcelanato que parece mármol tenemos bastantes tipos de porcelanatos y el nivel de dureza que tiene el porcelanato es bastante garantizado como para un alto tráfico de personas... tienes que pensar por zonas el tipo de porcelanatos que vas a utilizar. Cielos falsos lo que más se utiliza es el gypsum... puedes generar diferentes diseños jugando con la iluminación ahora también puedes utilizar alucobond.”

3.3 Experiencia personal

Como parte final e importante, visite el centro comercial Condado Shopping para poder entender cuáles son las necesidades del cliente para poder así brindarles un espacio de confort y relax.



Figura 41. Planta baja, Condado Shopping.

En esta imagen se puede observar que las tiendas tienen su propio logo de una manera llamativa, que contraste con el color de las paredes y del piso, lo cual llega a captar la atención de los transeúntes.



Figura 42. Entrada principal, Condado Shopping.

Aquí se puede observar como la puerta principal está marcada para poder ser diferenciada, además de que se maneja puertas corredizas que se abren a través de un sensor. Y también vemos que en su mayoría tiene vidrio lo cual permite el paso de luz natural de mejor manera.



Figura 43. Plazoleta, Condado Shopping.

En esta imagen, se puede apreciar que las marcas aparte de tener su logo personalizado, también tiene su concepto incorporado con los materiales que les representan y que a la vez los distinguen de los más.

3.4 Diagnóstico

El Centro Comercial River Mall cuenta con un diseño moderno y con un espacio ergonómicamente adecuado para el usuario, del cual se realizará un análisis para detectar las problemáticas existentes para así mejorarlas y lograr brindar un espacio más cómodo para los usuarios.

Las entradas principales son suficientemente amplias, existen algunos pasillos con islas que dificultan el tránsito, mientras se encuentran otros corredores solos.

Es necesario trabajar en cuanto al espacio ya que existen áreas muy reducidas que impiden el tránsito fluido de los usuarios.

Las personas que visitan el centro comercial lo hacen porque necesitan algo específico o porque queda cerca a su hogar, más no porque les parezca atractivo el espacio.

Los locales no cuentan con un diseño innovador que llame la atención del cliente, ya que se ven monótonos y mientras que otros no manejan el espacio del escaparate a su máximo desperdiciando espacio.

El diseño de los escaparates existentes es nulo, no existe un color diferenciador o marca que logre captar la atención a simple vista; además tienen aglomeración de productos mientras que en otros es casi nula la exposición de los mismos.

La iluminación natural es escasa ya que solo ingresa luz por las entradas principales y por el techo que tiene policarbonato blanco (que se encuentra sin mantenimiento) lo cual impide el paso de luz.

Además, la luz artificial crea espacios de sombra los cuales impiden que el cliente realice sus actividades de mejor manera ya que no permite tener una buena apreciación de los escaparates.

Carece de espacios infantiles que permitan el entretenimiento de los niños mientras los padres realizan compras en el centro comercial, por lo que varias personas se han quejado de que sus hijos se aburren en el lugar.

El diseño no tiene un concepto aplicado que incentive al cliente realizar visitas continuas al centro comercial.

Existe falta de publicidad, lo que hace que el lugar sea poco conocido por las personas y por lo tanto no pueda ser tan frecuentado como se espera.

La falta de señalización para ubicar los locales existentes es casi nula, lo que hace que el usuario no tenga conocimiento de los locales comerciales que se encuentran en el lugar.

La iluminación artificial es general en todo el centro comercial. No existen juegos de luces que ayuden al realce de los escaparates, por lo tanto no se logra otorgar un confort adecuado para la realización de actividades de los usuarios.

Circulación horizontal interrumpida con islas, lo cual impide paso fluido de las personas causando aglomeraciones.

Falta de ventilación en los locales comerciales, lo que causa la aglomeración de distintos olores causando el desagrado de los usuarios.

3.5 Recomendaciones

Realizando un análisis de las problemáticas existentes en el centro comercial, se recomienda el rediseño interiorista de la planta baja del centro comercial River Mall a través de un concepto innovador que se basara en algunos puntos importantes como son:

Mejorar la circulación en pasillos para que permita el paso de varias personas a la vez sin causar molestias.

Aumentar la iluminación natural a través de entradas de luz más amplias en los locales comerciales y uso de colores vivos en las fachadas.

Mejorar la iluminación artificial a través de luminarias y colores diferentes según la zona en la que se aplique y el efecto que se desee implementar.

Implementar un área recreativa donde niños y adultos puedan disfrutar un tiempo de relajación a través de juegos que permitan el desarrollo y la interacción de los usuarios, con el uso de diferentes colores y formas.

Según lo revisado en las referencias se recomienda implementar un área novedosa, en este caso el área lúdica, la cual sea el punto principal del centro comercial. es por eso que se plantea la creación de este espacio donde niños, jóvenes y adultos puedan disfrutar de su estadía.

Se recomienda que cada local tenga su propio escaparate con diseño llamativo para exhibir los productos de mejor manera y crear una buena comunicación con el cliente.

Mejorar las fachadas de los locales a través de colores y diseños innovadores que logren captar la atención de los usuarios.

Usar colores vivos de acuerdo a la psicología del color que incentiven la movilidad y actividad de las personas, a través de un estudio realizado.

Diseñar escaparates modernos que permitan llamar la atención de los clientes a través de formas, colores.

Usar materiales que se relacionen con la propuesta planteada y permitan transmitir energía a quienes visitan el centro comercial.

Usar la iluminación adecuada tanto en pasillos como locales y escaparates según las necesidades del lugar.

4. Marco Empírico

4.1. Análisis del entorno

El cabal y amplio conocimiento del espacio diseñado es importante para realizar un estudio adecuado de sus alrededores abarcando: espacios físicos y sus características, vías y accesos, dominantes y condiciones del espacio a tratar.

4.1.1. Ubicación

El centro comercial River Mall, se encuentra ubicado estratégicamente en el centro de Sangolquí, en una zona comercial y turística.

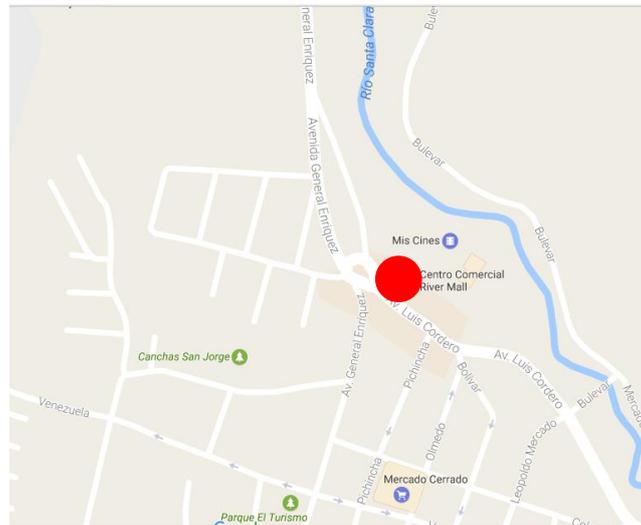


Figura 44. Ubicación del centro comercial River Mall.

Adaptado de: Google maps, 2017.

El centro comercial River Mall se encuentra ubicado en la Av. Luis Cordero y Av. General Enríquez. En el entorno inmediato se encuentra el centro comercial San Luis Shopping, AKI, Santa María, Hospital de Sangolquí, ESPE, parque Santa Clara y parque Turismo.

Área: El área a intervenir del centro comercial River Mall será de 2403m² aproximadamente, la cual comprende la planta baja de la etapa 1.

4.1.2. Sentido de las vías

Av. Luis cordero: Doble vía 

Av. General Enríquez: Doble vía 

Calle Bulevar: Doble vía 

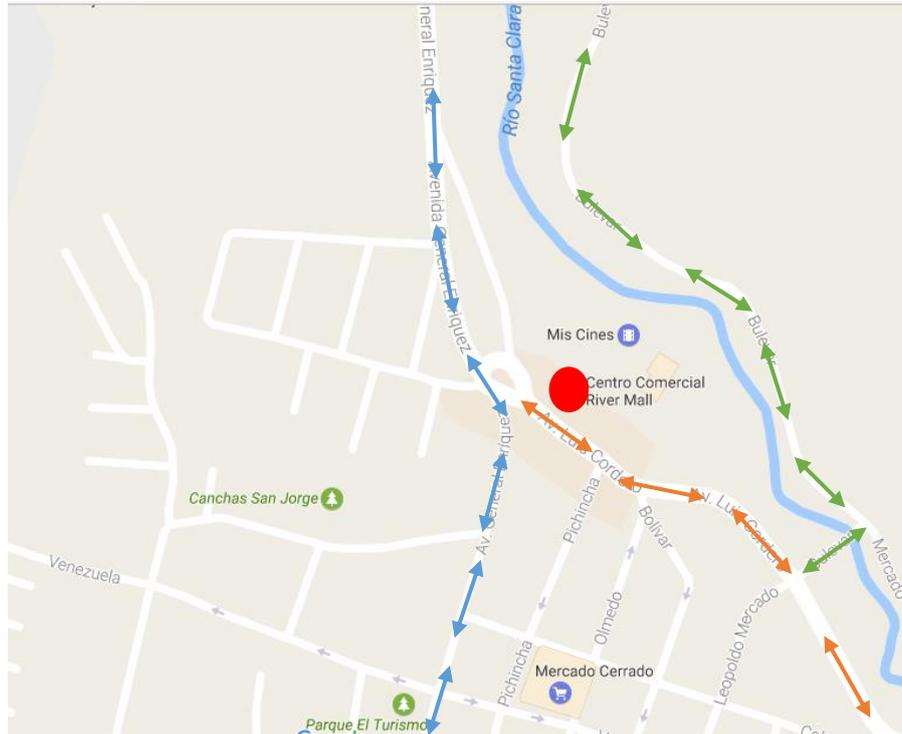


Figura 45. Ubicación River Mall.

Adaptado de: Google maps, 2017

El Centro Comercial cuenta con varias rutas que permiten a los usuarios del sector un acceso inmediato a la instalación. Las calles como: Avenida Luis Cordero y General Enríquez son vías principales las cuales cuenta con calles secundarias como: calle Bulevar que permiten el flujo directo.

4.1.3. Microclima

Sangolquí se encuentra ubicado en el Valle de Los Chillos, el cual forma parte de la Hoya de Guayllabamba a una altitud de 2500 msnm, con una superficie de 55km².

Su clima es subtropical, la temperatura oscila entre los 10°C y 29°C; también es el valle más lluvioso de Quito por eso es más verde que los demás.

En la siguiente tabla se encuentra detallado el clima de Sangolquí por meses, siendo los meses más calurosos julio y agosto.

Tabla 1. *Tabla climática de Sangolquí.*

Tomado de: Wikipedia

month	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
mm	113	145	178	202	130	50	23	33	92	159	142	123
°C	15.6	15.4	15.4	15.6	15.5	15.0	15.1	15.0	15.5	15.6	15.4	15.6
°C (min)	8.6	8.4	8.6	9.0	8.5	7.7	7.3	7.2	7.7	8.4	8.4	8.3
°C (max)	22.7	22.5	22.3	22.2	22.6	22.4	22.9	22.9	23.3	22.8	22.5	22.9
°F	60.1	59.7	59.7	60.1	59.9	59.0	59.2	59.0	59.9	60.1	59.7	60.1
°F (min)	47.5	47.1	47.5	48.2	47.3	45.9	45.1	45.0	45.9	47.1	47.1	46.9
°F (max)	72.9	72.5	72.1	72.0	72.7	72.3	73.2	73.2	73.9	73.0	72.5	73.2

4.1.4. Áreas verdes

Cerca al Centro Comercial encontramos algunas áreas verdes como:

- Parque Santa Clara
- Parque Turismo

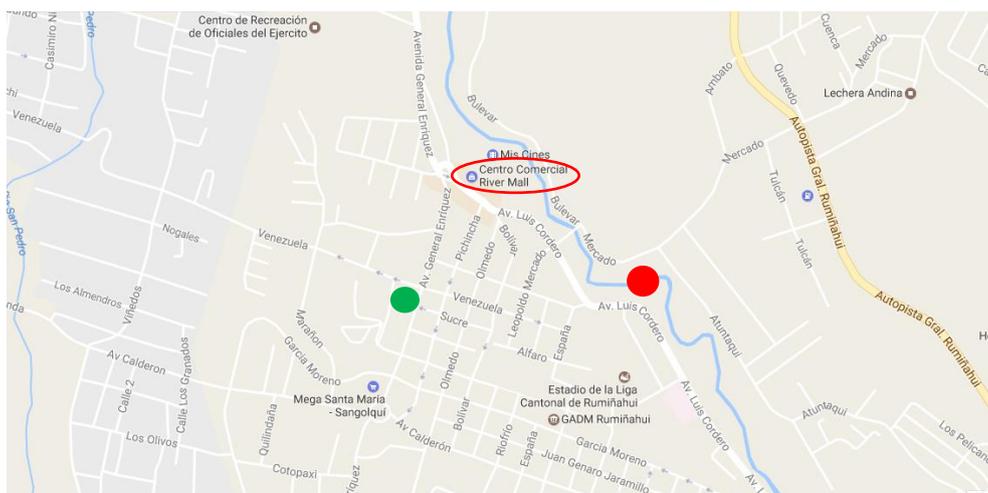


Figura 46. Ubicación River Mall.

Adaptado de: Google maps, 2017.

4.1.5. Servicios complementarios

El Centro Comercial cuenta con todos los servicios básicos necesarios como luz, agua potable y teléfono. Además, cuenta con dos parqueaderos en el exterior los cuales tienen cabida para 281 autos y uno en el subsuelo que permiten el ingreso a 69 vehículos.



Figura 47. Parqueadero exterior, River Mall.

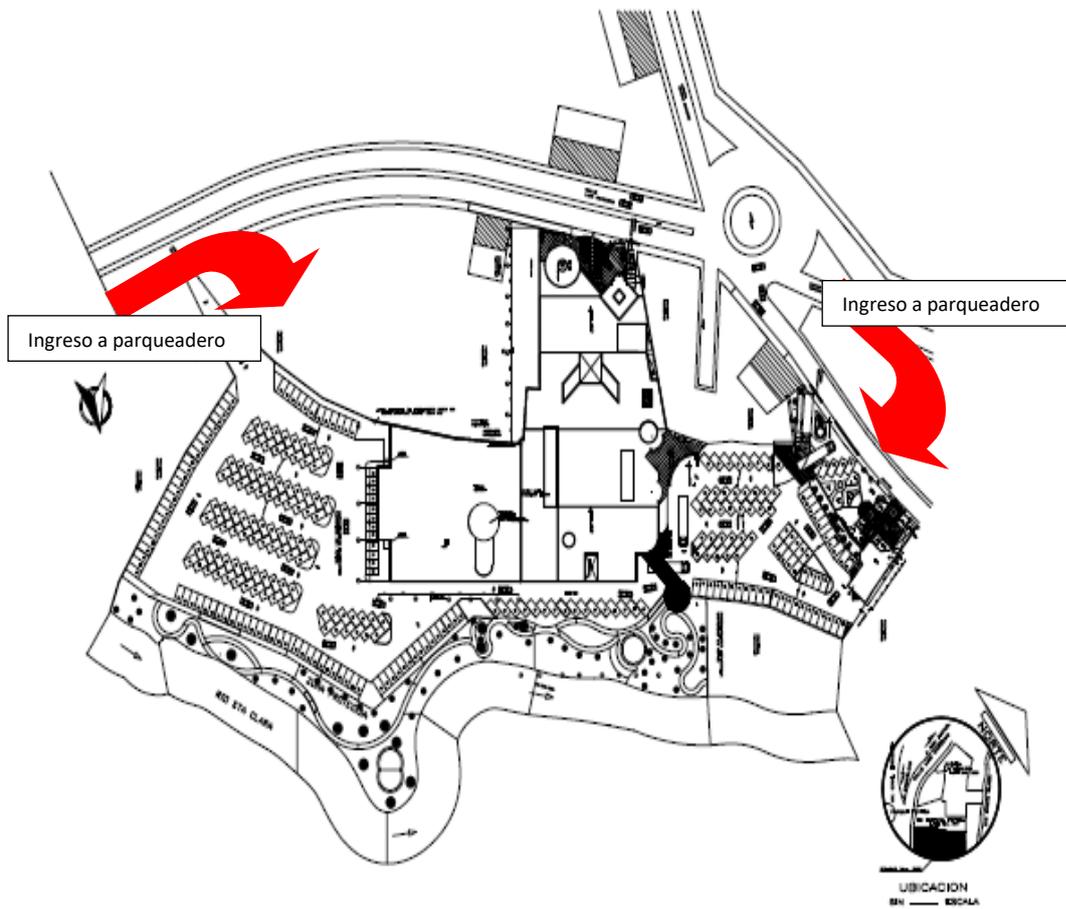


Figura 48. Accesos Vehiculares.

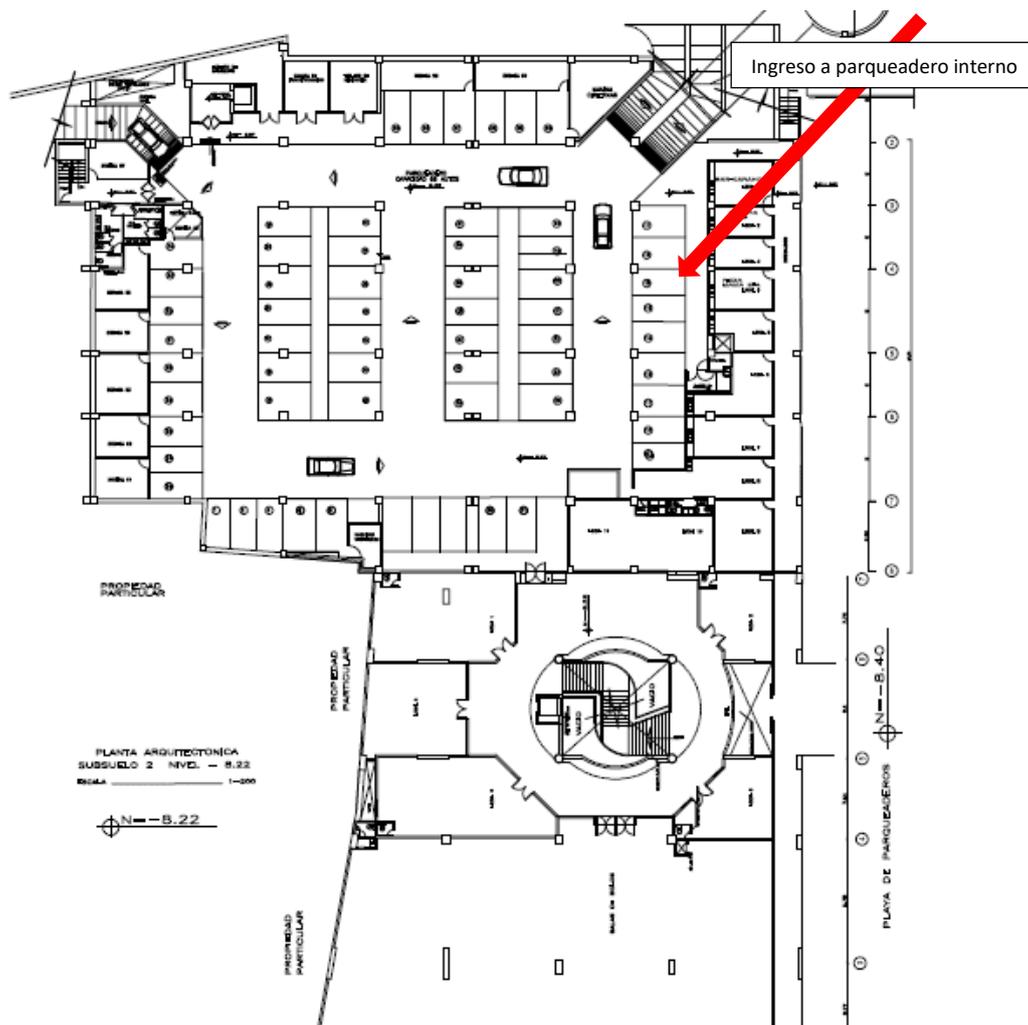


Figura 49. Plano de parqueaderos internos.

4.2. El edificio

El Centro Comercial River Mall se encuentra ubicado en una zona turística y residencial de Sangolquí, este sector cuenta con una gran afluencia turística y comercial.

Esta edificación se construyó hace aproximadamente 17 años, en los cuales se han realizado cambios internos como externos ya que en un principio se contaba con la 1ra etapa donde existían locales de ropa, calzado y tecnología; con el paso del tiempo se implementó la 2da etapa donde se ubicó el área de cines, registro civil, agencia nacional de tránsito entre otros.

Cuenta con 5 pisos y su estructura es de hormigón armado, la cual al ser moderna representa estabilidad al edificio y no requiere un mantenimiento a nivel estructural.

En pequeños espacios sobrantes se han ubicado jardineras para resaltar la belleza del lugar.



Figura 50. Jardineras internas, River Mall.

4.2.1. Acabados

En el piso se puede encontrar que tiene porcelanato de color amarillo con diseños en rombos de color verde y rosado, también cuenta con tomacorrientes ubicados de manera estratégica con el fin de satisfacer las necesidades del usuario.



Figura 51. Diseño de pisos, River Mall.

También podemos encontrar balcones internos en los pasillos laterales del centro comercial, los cuales son de acero inoxidable en tubo circular.



Figura 52. Balcón interno, River Mall.

En los locales comerciales, se puede identificar que los escaparates son de aluminio y vidrio para cada uno, algunos letreros son llamativos y cuentan con luz artificial.



Figura 53. Escaparates, River Mall.

4.2.2. Estado físico del espacio

En esta imagen se puede observar cómo están distribuidos los locales comerciales, los cuales se encuentran distribuidos espacialmente de manera usual, es decir, algunos son muy grandes mientras que otros son demasiado pequeños, cada uno apropiado para los productos del local; también se aprecia que la parte central de locales tienen áreas que no cuentan con una adecuada ergonomía ni diseño estético tanto para el cliente como para el usuario.

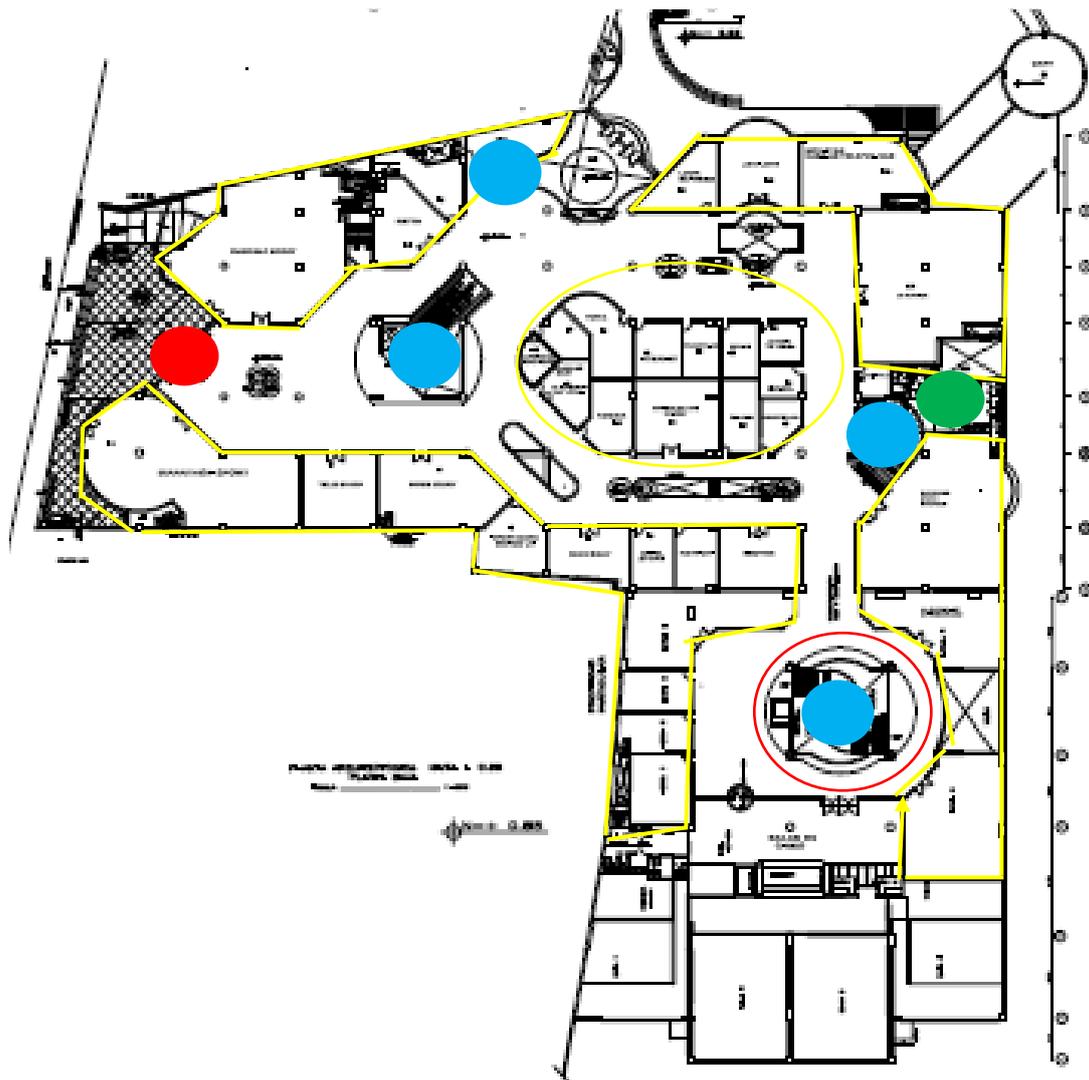


Figura 54. Plano interiorista de la planta baja.

a		Locales comerciales
b		Sanitarios
c		Accesos verticales
d		Ingreso

4.2.3. Análisis arquitectónico del espacio

Se puede apreciar que los pasillos son amplios, es decir, que tienen las medidas necesarias para tener un espacio amplio pero las bancas ubicadas a

su alrededor impiden el paso fluido de las personas causando aglomeraciones en las entradas de los locales.



Figura 55. Balcón interno, River Mall.

A continuación, se puede observar como las baldosas en el piso están deterioradas o tienen pequeñas fisuras, también se pueden apreciar manchas de humedad e incluso se notan las uniones de las posteriores reparaciones disminuye el atractivo. La baldosa tiene un color blanco el cual tiene un diseño en forma de rombo de color rosado y verde.



Figura 56. Baldosa, planta baja, River Mall.

Los escaparates de los locales comerciales carecen de iluminación e incluso parecen monótonos ya que los colores no son llamativos y no logran captar la atención de los usuarios, en algunos locales las vitrinas son tan amplias en las cuales la falta de un diseño apropiado las hace ver vacías, mientras que, en

otros locales, las vitrinas son pequeñas que no permiten apreciar los productos de mejor manera ya que se encuentran amontonados.



Figura 57. Escaparates, River Mall.

Además, se puede apreciar que algunas paredes se encuentran en mal estado debido a la falta de mantenimiento, incluso se aprecian instalaciones que deberían estar recubiertas de acuerdo al diseño.



Tomacorrientes en mal estado.

Figura 58. Paredes, River Mall.

El tumbado tiene desgastes en algunas partes, las cuales son posibles de apreciar a simple vista, la estructura es llamativa, las cadenas sobresalen dando un aspecto industrial, generando un espacio desperdiciado.



Recubrimiento de tumbado deteriorado.



Figura 59. Tumbado, River Mall.

Finalmente, se puede apreciar la existencia de locales vacíos, los cuales generan al cliente un sentimiento de abandono y poco deseado para el comercio.



Figura 60. Almacenes abandonados, River Mall.

Aporte

El uso del color blanco en las fachadas internas sin ningún diseño crea una sensación de monotonía para el cliente, al igual que los escaparates de los locales comerciales.

La altura existente se puede aprovechar de mejor manera con diseños de cielos falsos donde se pueda ubicar luminarias para mejor la iluminación artificial.

4.3. Estudio de zonas



Figura 61. Estudio de zonas.

Adaptado de: Google maps, 2017.

a		Área residencial
b		Centro comercial River Mall
c		Área verde
d		Área comercial

4.3.1. Hitos Urbanos



Figura 62. Hitos urbanos.

Adaptado de: Google maps, 2017.

- | | | |
|---|---|-----------------------------|
| a | ● | Centro Comercial River Mall |
| b | ● | Mercado |
| c | ● | Hospital de Sangolquí |
| d | ● | Banco del Pichincha |
| e | ● | Parque El Turismo |
| f | ● | Supermercado TIA |

4.4 Concepto

El concepto que se desea implementar es aquel que se acople al nombre que tiene el centro comercial, River Mall, el cual se llevará a cabo a través de materiales de transparencia como vidrio, colocación de madera, uso de formas geométricas y colores llamativos. Este fin se adaptó para acoplar el centro comercial al entorno que lo rodea, y que así sea parte de un todo. Esta propuesta se basa en la creación de espacios para la actividad humana a

través de diferentes colores y materiales que ayuden a alcanzar la propuesta planteada en un principio.



Figura 63. Arquitectura moderna.

Tomado de: Plataforma arquitectura, 2017.

Se eligió el concepto de orgánico, para crear un ambiente más estético, atractivo y ergonómico para los usuarios; además permite identificar con exactitud cuál es el diseño y la intención planteada. La transparencia ayudara a dar más claridad y luz al centro comercial.



Figura 64. Transparencia.

Tomado de: Plataforma arquitectura.

Se manejará el concepto de transparencia y recreación en los pasillos y en el área de escaparates, pero sobre todo en el área de juegos infantiles para crear una dinámica entre niños, jóvenes y adultos. Con la utilización de los materiales se podrá influenciar en los sentidos de los usuarios con el fin de estimularlos sensorialmente.

Se empleará un diseño que permita la integración de los diferentes conceptos a través de los materiales novedosos, mientras que el concepto de transparencia y dinámica se aplicara a través de materiales y formas, los cuales serán utilizados con la ayuda de la psicología del color para lograr una mayor aceptación por parte del cliente.

4.5 Condicionantes y determinantes.

4.5.1 Condicionantes

Es una variable que limita y restringe al diseño constructivo, son condicionantes que se pueden modificar de acuerdo a las necesidades que se presenten.

- Fachadas internas: se puede modificar ventanas y accesos para un mejor manejo del espacio interno.
- Diseño de espacios: puede variar internamente para mejorar la circulación, y brindar un espacio más comfortable al usuario.
- Iluminación: Mejorar la iluminación artificial para brindar un confort ergonómico a todos los usuarios, enfocar de mejor manera los puntos de luz.
- Acabados: Implementar materiales de acuerdo al concepto como madera, vidrio, acrílico y colores de acuerdo a el concepto y a la tecnología.
- Equipamiento: Modificar ubicación o diseño del mobiliario tanto fijo como móvil.

4.5.2 Determinantes

Son elementos estructuras o instalaciones que no pueden ser modificadas.

- Normativas: Aplicar las normativas de construcción y ordenanzas, para llevar un diseño acorde a lo ordenado por la ley.

- Fachada externas: Mantener las fachadas exteriores ya diseñadas anteriormente.
- Accesos: Respetar las circulaciones verticales actualmente planteadas.
- Instalaciones: Conservar las tuberías hidrosanitarias y eléctricas, cajas de revisión, medidores y cisterna.
- Estructura: Mantener las bases estructurales como columnas, vigas y cadenas.

4.6. Programación

4.6.1. Cuadro de necesidades

Tabla 2.

Cuadro de necesidades

CUADRO DE NECESIDADES			
ZONA	NECESIDAD	ACTIVIDAD	ESPACIO
ZONA DE SERVICIOS	Espacio necesario para el cliente para esperar y descansar.	Esperar y descansar.	Cafeteria
	Lugar para las necesidades biológicas de los clientes y usuarios del centro comercial.	Realizar necesidades biológicas.	Baterías sanitarias.
	Espacio necesario para distracción y entretenimiento de niños, jóvenes y adultos.	Entretenimiento.	Juegos infantiles.
ZONA	Espacio para	Exponer	Escaparate

PUBLICA	exponer los productos en venta	productos.	
---------	--------------------------------	------------	--

4.6.2. Grilla de relación

Tabla 3.

Cuadro de relaciones.

ZONA	ESPACIO	Servicios			Publica	
		Ingreso	Cafeteria	Baterias sanitarias	Entretenimiento	Escaparate
Servicios	Ingreso	X				
	Cafeteria		X			
	Baterias sanitarias			X		
Publica	Entretenimiento				X	
	Escaparate					X

	Directa
	Indirecta
	Nula

4.6.3. Programación Arquitectónica

Zona de Servicio

Cafetería: Zona en la que los clientes pueden descansar y esperar mientras sus hijos juegan. Se necesita un área de 15.75 m².

- Sillones
- Mesas
- Televisor
- Mesones

- Cocina
- Microondas
- Lavaplatos

Baterías Sanitarias: Lugar para las necesidades biológicas, se necesita un área de 6m² por cubículo sanitario.

- Inodoros
- Lavamanos

Zona publica

Entretenimiento: Área en la que los niños podrán jugar y disfrutar; se necesitan un área de 338m².

- Área de escalar y trepar
- Laberintos
- Escaleras

Escaparate: Área donde se exhibe la mercadería de los locales comerciales.

- Vitrina

4.6.4. Diagrama de relación espacial

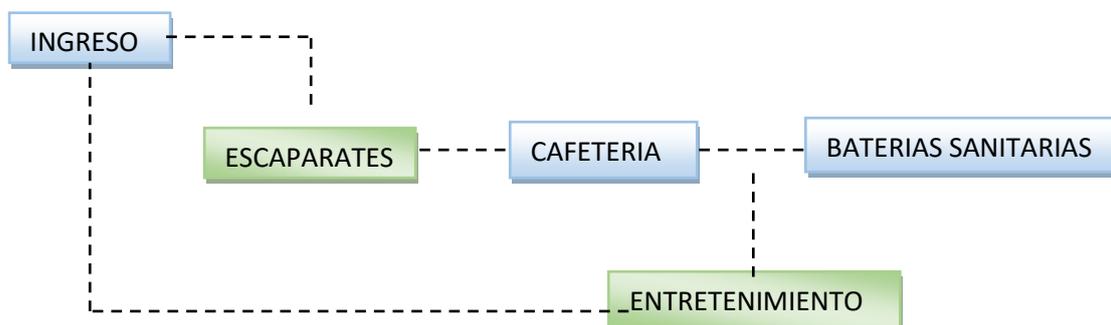
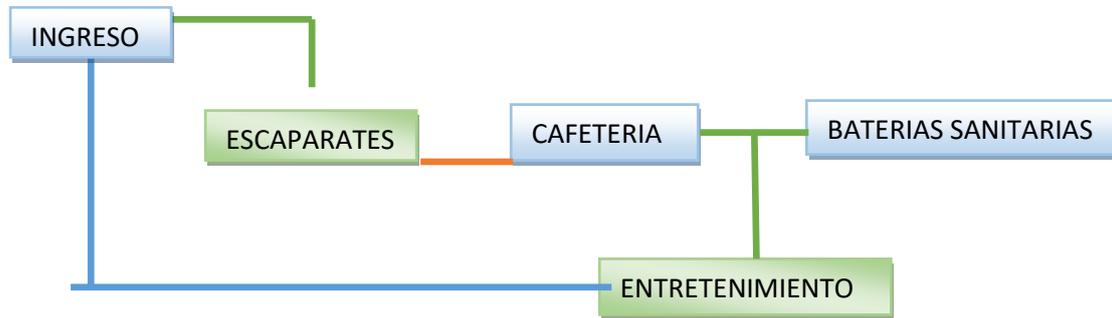


Figura 66. Diagrama de relaciones.

4.6.5. Diagrama de flujos



- a — Flujo bajo
- b — Flujo medio
- c — Flujo alto

Figura 67. Diagrama de flujos

4.6.6. Plan masa

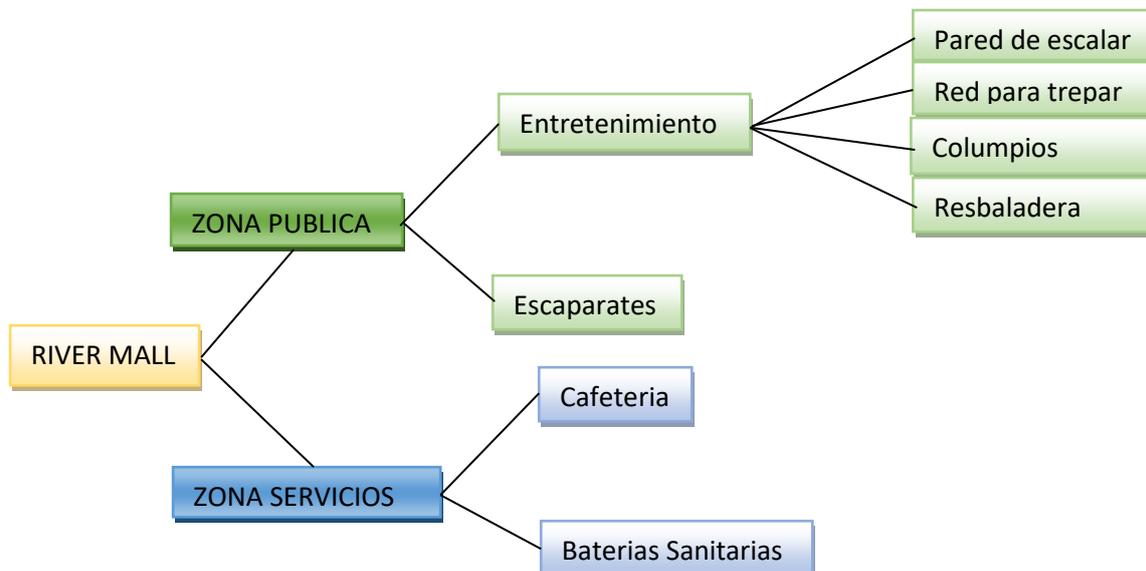


Figura 68. Plan masa.

REFERENCIAS

- Alejandro Itzik. (2004). Multidiccionario Ilustrado. Bogota: Panamericana Formas e Impresos S.A.
- BC. (2011). Aire acondicionado. Recuperado el 27 de octubre del 2017, de: <http://www.bc.com.ve/en/conceptos-tecnicos/item/11-tipos-de-sistemas-de-aire-acondicionado>
- Erika Chuquitarco Informatica. (2013). Culturas Precolombinas del Ecuador. Recuperado el 15 de diciembre del 2017, de: <http://erikachuquitarcoinformatica.blogspot.com/>
- Climate. (n.f.). Clima de Sangolquí. Recuperado el 17 de diciembre del 2017, de: <https://es.climate.data.org/location/30838/>
- Distrito Metropolitano de Quito. (2003). Normas de Arquitectura y Urbanismo. Quito: Registro Oficial.
- Economia.es. (2012). Historia del Comercio. Recuperado el 30 de septiembre del 2017, de: <http://economiaes.com/comercio/historia-del-comercio.html>
- Enciclopedia de Clasificaciones. (2017). Tipos de pisos. Recuperado el 8 de diciembre del 2017, de: <http://www.tiposde.org/construccion/260-tipos-de-pisos/>
- Enciclopedia de Clasificaciones (2017). Tipos de iluminación. Recuperado el 20 de Octubre del 2017, de: <http://www.tiposde.org/general/510-tipos-de-iluminacion/>
- Iluminación de interiores. (s.f.). Iluminación. Recuperado el 17 de Octubre del 2017, de: <http://iluminaciondeinteriores.blogspot.com/2009/04-tipos-de-iluminacion.html>
- Icimerchandising. (2011). Evolución comercio. Recuperado el 20 de septiembre del 2017, de: <http://icimerchandising.blogspot.com.es/2011/11/la-evolucion-del-comercio-desde-el.html>

- Jaime Rovira. (1990). Diccionario Enciclopédico Ilustrado. Colombia: Grupo Editorial Oceano.
- Kimbriggs. (n.f.). Mall of América. Recuperado el 30 de noviembre del 2017, de: <http://kimbriggs.com/photos/minnesota/minneapolis/mall-of-america-moa/>
- LG. (n.f.). Aire acondicionado. Recuperado el 27 de octubre del 2017, de: <http://www.lg.com/co/aire-acondicionado-de-techo>
- Luis Fernando Moreno. (2001). Accesibilidad de las personas con discapacidad y movilidad física reducida al medio físico. Espacios de accesos, puertas. Quito: INEN.
- Mercasa. (2002, Noviembre). Tipología y evolución de los centros comerciales. Recuperado el 29 de septiembre del 2017, de: <http://www.mercasa.es/files/multimedios/>
- Mi seguridad privada. (2011). Seguridad privada. Recuperado el 15 de noviembre del 2017, de: <http://www.mi-seguridad-privada.com/3-tipos-de-alarmas-contraincendios/>
- Osram. (n.f.). Luminarias LED. Recuperado el 16 de octubre del 2017, de: http://www.osram.es/osram_es/productos/tecnologia-led/luminarias-led-para-interiores/luminarias-downlights/kit-led-pro/index.jsp
- Plataforma arquitectura. Piso vinílico. Recuperado el 6 de Enero del 2017, de: <https://www.plataformaarquitectura.cl/catalog/cl/products/48/pisos-vinilicos-dryback-atika>
- Quo. (2006). Primer centro comercial. Recuperado el 25 de septiembre del 2017, de: <http://www.quo.es/ser-humano/cual-fue-el-primer-centro-comercial-de-la-historia>
- River Mall. (2015). River Mall. Recuperado el 30 de septiembre del 2017, de: <http://www.rivermallsangolqui.com/quienes-somos>

- Scribd. (2015). Origen e historia del comercio. Recuperado el 25 de septiembre del 2017, de: <https://es.scribd.com/doc/50115629/ORIGEN-e-historia-del-comercio>
- Superinventos. Sistemas de vigilancia. Recuperado el 1 de diciembre del 2017, de: http://www.superinventos.com/sistemas_videovigilancia.htm
- Taringa. (2010). Arquitectura. Recuperado el 27 de diciembre del 2017, de: <http://www.taringa.net/post/imagenes/2447513/Arquitectura-Moderna-plus.html>
- Todomktblog. (2013). Antecedentes mercado. Recuperado el 27 de septiembre del 2017, de: <http://www.todomktblog.com/2013/07/antecedente-mdo.html>
- Wikipedia. (2012). Centro comercial. Recuperado el 26 de septiembre del 2017, de: https://es.wikipedia.org/wiki/Centro_comercial
- Wikipedia. (2012). Comercio. Recuperado el 2 de octubre del 2017, de: https://es.wikipedia.org/wiki/Comercio#Tipos_de_comercio
- Wikipedia. (2012). Mercado. Recuperado el 5 de Octubre del 2017, de: https://es.wikipedia.org/wiki/Mercado#Definiciones_diversas
- Wikipedia. (2010). Trueque. Recuperado el 7 de Octubre del 2017, de: <https://es.wikipedia.org/wiki/Trueque>
- Wikipedia. (2012). Alarma de incendio. Recuperado el 11 de noviembre del 2017, de: https://es.wikipedia.org/wiki/Alarma_de_incendio
- Wikipedia. (n.f.). Downlight. Recuperado el 15 de octubre del 2017, de: <https://es.wikipedia.org/wiki/Downlight>
- Wikipedia. (n.f.). Puerta. Recuperado el 20 de noviembre del 2017, de: https://es.wikipedia.org/wiki/Puerta#Tipos_de_puertas
- Wikipedia. (n.f.). Mercado nacional. Recuperado el 3 de diciembre del 2017, de: https://es.wikipedia.org/wiki/Mercado_nacional

Wikipedia. (n.f.). Sangolquí. Recuperado el 15 de diciembre del 2017, de:
<https://es.wikipedia.org/wiki/Sangolqu%C3%AD#Clima>

Wikipedia. (n.f.). Transparencia. Recuperado el 20 de diciembre del 2017, de:
<https://es.wikipedia.org/wiki/Transparencia>

