



**ESCUELA DE ARQUITECTURA INTERIOR**

**NUEVO PLANTEAMIENTO INTERIORISTA DEL CENTRO COMERCIAL “EL  
ESPIRAL”**

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

**Profesor Guía: Arq. Wilhelm Montalvo**

**AUTORA: DANIELA ROMERO**

**2010**

## DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

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



Arq. Wilhelm Montalvo

C.I. 170528147-3

## 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 a los derechos de autor vigentes”

  
Daniela Romero Moscoso

C.I 171149724-6

## RESUMEN

El presente trabajo plantea una intervención interiorista en el espacio que hoy ocupa el Centro Comercial “El Espiral”, sin cambiar su actual uso de comercio, sino mejorándolo, haciéndolo más atractivo para llamar la atención del público que aún no lo conoce y más acogedor para quienes lo visiten, creando nuevas sensaciones e invitando a seguir acudiendo al mismo.

Este centro comercial fue construido en el año de 1981, pero debido a que no ha sido intervenido desde esa fecha, es muy conveniente, refrescante y necesaria una renovación.

Al estar ubicado en una de las zonas más turísticas y concurridas de la ciudad, este recinto comercial ya cuenta con una ubicación privilegiada, ya que tanto turistas como gente que trabaja en el sector lo conocen y lo frecuentan.

## ABSTRACT

This work tries to expose an interior intervention in the space, today used by “El Espiral” Shopping Center, without changing its actual use as trade, but making it better, more attractive to call the attention of the public that doesn't know it yet and more cozy for those who visit it, generating new sensations and inviting them to come again.

This mall was built during the year of 1981, and since then it hasn't been remodeled, that's why a renovation would be convenient, refreshing and necessary.

Due to its privileged location, this shopping center has a lot of tourist as their customers and we should take that as an advantage.

## INDICE

<b>Introducción.....</b>	<b>1</b>
<b>1. Capítulo I.....</b>	<b>2</b>
<b>1.1 Justificación del Tema.....</b>	<b>2</b>
<b>1.2 Establecimiento de Objetivos</b>	
<b>1.3.1. Objetivos Generales.....</b>	<b>3</b>
<b>1.3.2. Objetivos Particulares.....</b>	<b>3</b>
<b>1.3.3. Objetivos Específicos.....</b>	<b>3</b>
<b>1.3 Alcance del Tema.....</b>	<b>4</b>
<b>2. Capítulo II.....</b>	<b>4</b>
<b>2.1 Marco Histórico.....</b>	<b>4</b>
<b>2.1.1 Historia de los Centros Comerciales.....</b>	<b>5</b>
<b>2.1.2 Historia del Centro Comercial “El Espiral”.....</b>	<b>8</b>
<b>2.1.2.1 Origen de los centros comerciales en forma de caracol.....</b>	<b>8</b>
<b>2.1.2.2 Origen de los centros comerciales en el Ecuador.....</b>	<b>9</b>
<b>2.1.2.3 Historia del sector de “La Mariscal”.....</b>	<b>10</b>
<b>2.1.2.4 Historia del edificio “El Churo”.....</b>	<b>13</b>
<b>2.2 Marco Conceptual.....</b>	<b>16</b>
<b>2.2.1 Concepto de Centro Comercial.....</b>	<b>16</b>
<b>2.2.2 Características Arquitectónicas.....</b>	<b>18</b>
<b>2.3 Marco Referencial.....</b>	<b>20</b>

2.3.1	Centros Comerciales Internacionales.....	20
2.3.1.1	Centro Comercial “La Independencia”.....	20
2.3.1.2	Centro Comercial “Apumanque”.....	22
2.4	Diagnóstico.....	24
3.	Capítulo III.....	25
3.1	Análisis de la Ubicación.....	25
3.2	Análisis Vial.....	26
3.3	Análisis del Entorno.....	30
3.4	Análisis de la edificación Actual.....	43
4.	Capítulo IV.....	49
4.1	Justificación del concepto.....	49
4.2	Diagramas.....	50
4.2.1	Programación de Áreas.....	50
4.2.2	Diagrama de Relación.....	54
4.2.3	Diagrama de Flujos.....	55
4.2.4	Zonificación.....	56
5.	Memoria.....	57
6.	Bibliografía.....	59
7.	Anexos.....	60

## Introducción

Hay quienes dicen que “La arquitectura es la voluntad de la época traducida al espacio”<sup>1</sup>, y esto se refleja con el hecho de que las necesidades, el entorno y la forma de vida en general, cambia según el tiempo en el que se esté viviendo. Toma solo un minuto darse cuenta de los constantes avances sociales, tecnológicos y científicos que se han dado en los últimos años, los mismos que han marcado de manera drástica la forma de vida sencilla que se solía llevar en la antigüedad y aquella a la que la sociedad está acostumbrada hoy en día.

En una época donde las necesidades se hacen cada vez más presentes, donde la sociedad se ha tornado sumamente consumista y a favor del avance y la evolución, el comercio crece de manera abundante, la arquitectura y su voluntad en el tiempo son una herramienta de apoyo importantísima, ya que al intervenir, aportan con sitios eficientemente adaptados para que se pueda desarrollar el comercio de forma ordenada.

Actualmente existen diferentes lugares para la compra y venta de productos tales como mercados, locales comerciales, distribuidoras, fábricas, etc. pero existe un sitio donde podemos encontrar todo tipo de mercadería bajo el mismo techo, se trata del centro comercial, que básicamente propone una amplia variedad de locales y oficinas comerciales agrupadas en un espacio determinado para la comodidad de quien lo frecuente.

---

*Tomado del libro “Historia de la Arquitectura IV”, Mies Van De Rohe, Edit. Taschen, 1999.*

# 1. Capítulo I

## 1.1 Justificación del Tema

Actualmente es necesario dar una respuesta a las diferentes necesidades que genera el desarrollo de la sociedad, como por ejemplo el crecimiento de la ciudad, y la comodidad que representa contar con centros comerciales en lugares estratégicos, que ayuden a la gente a distribuirse uniformemente, acudiendo al que más cerca se ubique de su lugar de trabajo, estudio o vivienda.

Es de suma importancia que el lugar en cuestión sea de total agrado para el usuario, que además de ser un lugar para comprar, lo sea para socializar, relajarse, trabajar, comer, pasear, entretenerse, en fin, que satisfaga todas o la mayoría de sus necesidades.

El lugar escogido para la realización de éste proyecto es el centro comercial “El Espiral”, el mismo que cuenta con el espacio físico para hacerlo y con una ubicación privilegiada ya que las calles que lo rodean son La Avenida Río Amazonas y Jorge Washington (esq.).

Las mismas que a diario son concurridas principalmente por turistas, atraídos por la zona de la Mariscal que se promociona de manera abundante y cuenta con gran cantidad de hoteles, hostales, tiendas de artesanías y restaurantes que los acogen.

Este centro comercial que se ha mantenido por varios años, no ha dejado de prestar sus servicios y funciona con normalidad, aunque debido a la demanda y al cambio que ha experimentado toda esta área gracias al municipio, sería bastante refrescante proporcionar una nueva propuesta interiorista que se vea reflejada en la funcionalidad de su espacio, que logre aprovechar y explotar el mercado al que va dirigido, que se convierta en una opción acertada al momento de comprar artesanía fina, de comer en lugares cercanos a la zona de oficinas, de buscar un lugar para conversar, tomar un café o simplemente relajarse.

Sin lugar a dudas el factor más importante para conseguirlo es el entorno, y al saber que todo el contexto urbano del sector ha ido



evolucionando con el tiempo y con la intervención tanto municipal, como barrial, por los vecinos que han querido apoyar a su desarrollo, es difícil no darse cuenta que precisamente éste recinto comercial no ha sufrido intervenciones arquitectónicas, constructivas o de diseño en un largo tiempo, es por ésta razón que sería muy oportuno realizar una nueva propuesta que logre resaltar al centro comercial dentro del entorno, que está en constante cambio, que pueda mantener por varios años más un diseño de vanguardia gracias a su remodelación, que sea otro de los lugares de la larga lista de puntos recuperados en la zona de la Mariscal, que aunque antes estaban en mal estado, después de darle el debido tratamiento, llaman la atención por el excelente resultado final, que además de ser estético, conlleva un éxito comercial y sobre todo turístico, ya que su ubicación se presta para hacerlo.

## **1.2 Establecimiento de Objetivos**

### **1.2.1 Objetivos Generales**

Proponer un proyecto interiorista de calidad en el espacio que actualmente ocupa el Centro Comercial “El Espiral”, realizando un planteamiento completo y variado, sin perder su original uso de comercio.

### **1.2.2 Objetivos Particulares**

Dar identidad al Centro Comercial, logrando que la gente lo identifique como tal, y de ésta forma represente una nueva opción al momento de comprar en el sector de la Mariscal.

### **1.3.3 Objetivos Específicos**

Desarrollar espacios cómodos y multifuncionales, donde se dé la interacción entre los usuarios a través de áreas de recreación, alimentación, comercio y esparcimiento.

## **1.4 Alcance**

Mediante una investigación que abarque temas como el desarrollo del contexto urbano en los últimos años, conocer un poco más sobre el lugar destinado para el proyecto, en este caso, el Centro Comercial “Espiral”. Al conocer su ubicación, las calles inmediatas, el flujo de público, las necesidades del mismo para ser cubiertas y la demanda de consumo que se genera en ésta zona de la ciudad, realizar encuestas dentro y fuera del mismo, para obtener repuestas de la gente que aporten al desarrollo del proyecto y respalden el por qué es necesario plantear una propuesta de remodelación.

Dar un enfoque directo al proyecto con el ámbito comercial y de turismo, definiendo el tipo de usuario y el tipo de comercio a realizar en las instalaciones.

Después de realizar un análisis de la edificación, determinar cuáles son los aspectos arquitectónicos y constructivos que deben mantenerse o cambiarse de manera definitiva.

Al conocer las soluciones concretas que debe darse a los espacios, realizar una propuesta de diseño que armonice el interior y mantenga un concepto general, logrando que los locales se integren y se pueda trabajar con cada uno de ellos dentro de un conjunto.

## **2. Capítulo II**

### **2.1 Marco Histórico**

A lo largo de los años, el entorno, las ciudades, las sociedades y los seres humanos en general han ido evolucionando, siguiendo un ritmo global que nunca se detiene y nos exige cada vez más, más trabajo, más producción, más ingresos, más egresos, más comercio.

Es por esto que aunque ya existan establecimientos especializados para satisfacer cada una de nuestras necesidades, parecen nunca ser suficientes, ya que sin importar aspectos como el espacio, el tiempo, la economía y la accesibilidad, éstos siguen creciendo y de una u otra manera es inevitable sentir el impulso de conocerlo, y porqué no de comparar su arquitectura y funcionalidad con respecto a los demás, su variedad y tipología de acuerdo al espacio donde esté ubicado y su interiorismo y relación con el cliente con respecto al público al que va dirigido.

### **2.1.1 Historia de los Centros Comerciales**

Al hablar de ingresos, automáticamente aparecen los gastos, los mismos que eran destinados para cubrir necesidades tales como vestimenta, alimentación, servicios y bienes en general, pero para poder llevarlos a cabo se necesitaba de un sitio que se preste para este propósito, un lugar amplio y concurrido, ya sea plaza, mercado o parque, donde la gente pueda observar artículos de su interés y ofertar por los mismos.

Así es como todo se origina con la necesidad de compra, cuando aún no existían establecimientos dedicados a esta labor y la gente recurría a intercambiar sus pertenencias, dando lugar al trueque, que es el intercambio de objetos o servicios entre dos personas y se diferencia de la compraventa en que no hay dinero involucrado, los artículos que más se intercambiaban eran la sal, el cacao, el tabaco, y en caso de compras mayores, se utilizaba al ganado.

El ser humano siempre ha tenido la necesidad de cambiar aquellos objetos que poseía pero no necesitaba, por aquellos que realmente deseaba, y los protagonistas para que se pueda dar esta acción eran los pequeños mercados.

En el año 670 A.C., al darse cuenta que el trueque no siempre era equivalente, y que su funcionamiento se tornaba cada vez más obsoleto, aparecen las monedas, elaboradas en una aleación de oro y plata, con el fin de facilitar el comercio y destituyendo por completo la práctica del trueque.

Buscando un elemento de menor peso que las monedas, en Asia, se da paso al “papel-moneda”, en el siglo IX, el mismo que apareció en Europa durante el siglo XII y en el Continente Americano durante el siglo XV, su valor dependía de los depósitos en oro que poseía cada país. En el presente, la mayoría de países tiene su propio sistema monetario e imprimen su propio dinero, los billetes de papel representan un valor monetario decretado por el gobierno de cada país.

En el siglo XVIII, con una interesante evolución del dinero, llega un momento dado en que las sociedades crecen, centrándose en zonas puntuales de las ciudades y demandando para que cada una de ellas cuente con espacios de recreación, compra, variedad y calidad, así nacen pequeños centros de comercio donde se podía encontrar varios artículos pero todos bajo el mismo techo y de una manera más organizada.

Los centros de comercio además de ser una entidad económica, también tiene una gran connotación sociológica o antropológica, es decir, también lo es de intercambio social y humano. Cumple las mismas funciones que el antiguo concepto de Plaza del Pueblo, tales como servir de lugar de encuentro y de manifestación de intereses de las personas hacia los otros vecinos.

El nacimiento de los centros comerciales coincide con la “Belle Époque”, que es como se denomina al período que transcurre desde fines del siglo XIX, en la fundación del Imperio Alemán, hasta la Primera Guerra Mundial, siendo su principal característica la estabilidad económica dentro de las clases medias y altas de los países industrializados de Europa y Estados Unidos, ya que gracias a los

avances tecnológicos y científicos de la época, la producción podía maximizarse, logrando de ésta manera mayor cantidad de ingresos para sus accionistas y propietarios.

Al hablar de Quito, podemos decir que no aparece un centro de comercio hasta la década de 1960.

Lo que se acostumbraba en la antigüedad, era dirigirse a realizar las compras básicas en los mercados más cercanos al lugar de vivienda, al no encontrar todo en el mismo sitio, se solía hacer un recorrido por los diferentes mercados del centro, comprando en cada uno de ellos lo que se requería. Cabe recalcar que los productos que se comercializaban ahí dentro, eran en su mayoría, para la alimentación.

En lo que se refiere al Ecuador, la historia de los centros comerciales se conoce en el siglo XX, cuando la tendencia marcada por Europa y Estados Unidos se hace presente en el país, trayendo con ella una fuerte manifestación social cien por ciento enfocada hacia el consumo. Ésta tendencia aún es marcada por el continente europeo, quienes de cierta manera sirven de modelo para el resto de continentes.

Quienes frecuentan los centros comerciales, lo toman como un lugar de recreación, para distraerse, comer, pasear, observar dentro del mismo lugar diferentes artículos y comparar sus precios, acudir a agencias bancarias o de viajes, y en general, tenerlo como el punto de compra más cercano para quienes viven en sus alrededores.

Tiene un horario para los diferentes grupos de personas: familias, adolescentes, jóvenes, mayores, etc. Además los gestores del centro y los comerciantes lo saben y organizan sus ofertas, promociones y exposiciones, para todos estos grupos.

Como conclusión, en la actualidad sigue siendo vital para un centro comercial mantener la diversidad para los diferentes grupos que acuden a él, definir a quiénes va dirigido y así procurar cubrir de manera eficiente todas las necesidades que dicho grupo puede presentar. También es importante tener claro que los centros comerciales en

general, siempre están en constante evolución y por el mismo hecho de que son bastante frecuentados hay que procurar no aburrir al cliente, sino provocarle una sensación de cambio y renovación cada cierto tiempo.

## **2.1.2 Historia del Centro Comercial “El Espiral”**

### **2.1.2.1 Origen de los Centros Comerciales en forma de Caracol**

El fenómeno de los centros comerciales en forma helicoidal, es decir, en forma de hélice o helicoide, nace en 1965 aproximadamente en Chile.

Empezando con el Centro Comercial “Apoquindo”, que fue inaugurado en 1981 como influencia directa de los centros conocidos como "caracoles" que corresponden a infraestructuras conformadas por dos edificios helicoidales intercomunicados en cada vuelta, siendo los grandes exponentes el Centro Comercial Dos Caracoles y el Edificio Dos Providencias, en España.

Ubicado en la zona norte de la ciudad de Santiago, el “Apoquindo” tuvo como referencia al Museo de Arte Moderno Guggenheim que se encuentra en la ciudad de Nueva York y fue diseñado y construido por el reconocido arquitecto Frank Lloyd Wright.

Lo que buscaban en éste proyecto era introducir en América Latina, en general, el concepto del helicoide en una edificación, solucionando su circulación y agregando a la ciudad un toque más europeo e internacional, ya que el “boom” de los centros comerciales se hacía presente y las sociedades exigían cada vez más contar con uno de ellos en sus ciudades.

### **2.1.2.2 Origen de los Centros Comerciales en el Ecuador**

En el Ecuador, el concepto de Centro Comercial también nace desde el intercambio en una plaza o un pequeño mercado; al igual que en el resto del mundo, el comercio va desarrollándose al ritmo de la economía que lo rige, haciendo del trueque una forma de compra y venta muy eficiente y que duraría por largo tiempo, hasta la llegada del dinero, que marca una diferencia muy notoria y definitivamente logra resaltar como un importante fenómeno urbano.

De manera particular, la ciudad de Quito sufre el fenómeno del comercio en menor proporción, no fue éste el caso de Guayaquil, por ejemplo, que al ser puerto tenía mucho más movimiento, pero a su vez, generaba economía de comercio a la mayor parte de ciudades del país, entre esas, la capital.

Aproximadamente en los años 50 el crecimiento de la ciudad de Quito se ve cada vez más marcado, no solo por la demanda de compra y venta, sino por la manera en que se van creando sectores de vivienda y por ende, de comercio, mientras la ciudad se expandía hacia los valles, se creaban nuevos barrios y se transformaban los tradicionales. Cuando comienza a crecer Quito lo hace fundamentalmente hacia el norte, porque hay una relación mucho más fácil, hablando topográficamente, porque entre el centro y el sur existen varias quebradas, en cambio, desde el centro para el norte, si bien existe la garganta de San Blas, inmediatamente se abre la ciudad y se convierte en un lugar propicio para el crecimiento de la urbe porque está más cerca, más vinculado y probablemente los propietarios de la zona tienen una visión más empresarial y empiezan a urbanizarla.

Uno de ellos es el sector de "La Mariscal".

### **2.1.2.3 Historia del sector de “La Mariscal”**

El sector de la antigua ciudadela Mariscal Sucre y sus alrededores se lo conoce con el genérico de "La Mariscal" y debe su nombre al vencedor de la Batalla de Pichincha, como un homenaje en el centenario celebrado en 1922. Este barrio que se encuentra a las afueras del Quito antiguo, se conformó por tres zonas: la ciudadela Mariscal Sucre, la ciudadela Simón Bolívar y el área comprendida entre las avenidas 6 de Diciembre y 12 de Octubre, cada una con características históricas, formales y de ocupación distintas. En la actualidad se delimita entre las avenidas Patria al sur, Colón al norte, 12 de Octubre al oriente y 10 de Agosto al occidente. El objetivo de sus promotores e inversionistas fue crear en este sector una ciudadela moderna de viviendas con amplios espacios verdes propios para cada casa y vías arborizadas.

La original ciudadela Mariscal Sucre se encontraba delimitada al sur por el parque de El Ejido y al norte por la calle Wilson. Se conformó en una primera instancia por villas de fin de semana con estilos principalmente eclécticos, rodeadas de jardines y que pertenecían a las familias acaudaladas de Quito.

Luego, debido a la presencia del ferrocarril, el centro de la ciudad comenzó a poblarse aceleradamente por personas venidas de provincias, y a su vez crecía el número de oficinas y comercios, lo que provocó que las grandes familias trasladaran permanentemente su residencia a esta zona.

Para 1935 este sector se encontraba en proceso de consolidación con los grupos sociales altos de Quito, los cuales buscaban para sus residencias lo más exótico y novedoso, encontrándose con arquitectos extranjeros que lo lograban. La calle Roca es un ejemplo de este fenómeno: ahí se encuentran hasta la actualidad algunas construcciones de estilo Morisco o Medieval.



Se da un concepto a los bloques de terreno que va hacia las casas unifamiliares, procurando introducir una forma de vida más burguesa en sentido de ya no vivir de manera colectiva, sino individual, es así como se da paso a los chalettes que eran pequeñas o grandes casas en la mitad del lote con retiros ajardinados alrededor y la casa en sí compacta y uniforme, no como ocurría en el centro, donde las casas tenían gran volumen y contaban con algunos pisos, destinando la planta alta para vivienda de los propietarios y los demás pisos para extendidas familias e inquilinos.

Por su parte, la ciudadela Simón Bolívar nació cuando en 1935, el seguro social lanzó un programa de vivienda experimental, destinado a satisfacer las demandas de vivienda de sus afiliados. Pero, como era de suponerse, la ubicación y la cercanía con la alta burguesía, provocó que sea la clase media quien adquiriera estas viviendas.

Este amplio sector es muy visitado por turistas de todas partes, porque con el paso del tiempo, dejó de ser estrictamente residencial y aquí se hallan centros culturales, galerías, restaurantes, bares y hostales, que se han convertido en uno de los atractivos de la ciudad.

La zona se convierte en una zona con un atractivo donde comienzan a vivir personas de clase media, media alta, pero a su vez, la población se dispersa hacia la Mariscal, la Floresta, la Colón, la Orellana, los niveles medios se desplazan hacia la Gasca, la Belisario Quevedo, la Avenida América y finalmente la Villaflora, dando un crecimiento bastante uniforme a la ciudad en el lado norte, y mucho más pequeño al sur.

Al ver el crecimiento marcado que tiene el sector norte en la época de 1950, se ven obligados varios servicios, como por ejemplo los colegios, a dirigirse hacia allá y aportar al desarrollo de la ciudad.

En los años 60, a la Av. Amazonas se la conocía como el “tontódromo”, al no existir lugares de recreación como discotecas o bares, la gente caminaba por sus calles dando vuelta en la Av. Patria y haciendo este recorrido hasta la Av. Colón, convirtiéndose en un punto de referencia importantísimo por ser tan céntrico y definitivamente el lugar de encuentro de aquella época.

La época en que “La Mariscal” empieza a deteriorarse es con la llegada de los hoteles, se comienzan a derrocar las maravillosas casas que existían, para levantar tiendas, restaurantes, supermercados, gasolineras y negocios en general, que se ubicaban desde los retiros de las casas hasta los terrenos más amplios, es en ese momento que la gente que habitaba en el lugar siente invadido su espacio, ya que el entorno se va volviendo cada vez más comercial, comienza a aparecer la inseguridad, crece imparablemente la vida nocturna del sector y poco a poco se va deshabitando para convertirse en un barrio completamente enfocado hacia los turistas, donde la idea de vivir en una de sus calles es prácticamente nula.

Esto se debe a una lógica del cambio de uso del lugar, ya que la ciudad, al ir creciendo, crea ejes.

El Municipio interviene en la Plaza del Quinde, inicialmente incentivando a la gente a conocerla mediante conciertos semanales gratuitos y actualmente, cuando ya es conocida y quiere ser visitada por todos, aportará con la construcción de un edificio de parqueaderos y con un sistema de transporte público, como es el caso de los buses alimentadores que llevarán a los usuarios a la estación del trole hasta cierta hora en la madrugada, esto como respuesta de la entidad municipal a las necesidades de la ciudad.

El sector de La Mariscal responde a cierta arquitectura, la misma que gracias a un estudio a manera de inventario realizado por

organizaciones como el Fondo de Salvamento (FONSAL), pretenden ser protegidas y declaradas patrimonio nacional, para que de ésta forma no sean derrocadas, cambiadas o restauradas sin un permiso previo.

Hoy en día, algunos de los lugares más representativos del sector son la cafetería Coffee Tree, el hotel boutique Nü House, el Mercado Artesanal, un gran museo de artesanías del Ecuador llamado Mindalae, la iglesia neogótica de Santa Teresita y el Centro Comercial “El Espiral”.

#### **2.1.2.4 Historia del edificio “El Churo”**

Actualmente es conocido como “Espiral”, pero en el año de 1980, cuando se realizaba su proyección, el centro comercial, llevaba el nombre de “El Churo”, por su particular rampa de circulación, que es a su vez, su mayor característica.

Junto a éste establecimiento se encuentra la plaza de los presidentes, la misma que se fue desarrollando con el paso del tiempo y honra la memoria de cuatro presidentes de la república: Vicente Rocafuerte, Gabriel García Moreno, Eloy Alfaro y José María Velasco Ibarra, cuyos bustos están ubicados en cada una de las esquinas. El diseño de piso en base de círculos concéntricos que se diferencian por los colores de la piedra, logra mejorar la percepción del espacio y le da protagonismo. Otro de los elementos importantes alrededor del centro comercial es el Edificio Rocafuerte, el mismo que recibió el premio Ornato Municipal en el año de 1974.

El centro Comercial “El Espiral”, ubicado en la Av. Río Amazonas y Jorge Washington (esq.), comienza con su diseño y planificación en el año de 1977 de la mano de los arquitectos Mario y Diego Ponce, y termina su construcción en el año de 1980.

Cuenta con 110 locales comerciales, los mismos que se dividen en joyerías, restaurantes, cafeterías, tiendas de música, agencias de viajes, tatuajes, peluquería, café net, películas, boutiques, computadoras, enciclopedias y artesanías, siendo éstos los más representativos.

La parte baja de los subsuelos fue destinada para parqueaderos de clientes y propietarios y al final de los mismos, se encuentra un área que en un inicio se diseñó para discoteca, pero que actualmente no tiene uso. Cabe mencionar que el acceso y salida vehicular son totalmente independientes.

Sin lugar a dudas, lo que más llama la atención de ésta edificación es su fuerte presencia volumétrica que se enfatiza por la forma cilíndrica en la que se desarrolla la circulación. Al crear una circulación radial, la luz que proviene para el centro comercial está en un ventanal que marca el acceso principal y en un domo, que deja la parte central libre en toda su altura, la luz, según varios usuarios, no es suficiente.

El elemento que define el ingreso a los 7 pisos de locales es una superficie plana de vidrio que ayuda a contrarrestar la forma arqueada de la fachada, ésta a su vez ilumina un gran hall en el que se ubican dos ascensores con vista panorámica interior.

En un inicio, lo que se buscaba era dar a esta zona exclusiva de la capital un centro comercial a su altura, que ofreciera gran variedad de servicios y cubriera todas sus necesidades. Pero con el tiempo, así como fue deteriorándose el sector, donde las residencias prácticamente desaparecieron y el entorno se tornó netamente comercial y de negocios, los usuarios ya no acudían para hacer compras de ropa o joyas, sino para comer algo en sus horas de almuerzo o para realizar transacciones bancarias gracias a la presencia de un cajero automático y una ventanilla de cambio de moneda.

Algunos de los clientes que siguen frecuentando el lugar son los turistas, cuando necesitan algo en especial, o los jóvenes que van en busca de

un determinado tipo de ropa, por su gran variedad en cuanto a tiendas de rock.

Según las estadísticas, el centro comercial con el mayor porcentaje de incumplimiento en lo que se refiere a impuestos es el Espiral, el 58,8% de los locales que alberga el complejo no entregaban facturas. Este y otros factores como el descuido en la renovación de sus instalaciones en más de 20 años, han afectado directamente a su producción ya que también hay locales desocupados y otros que han estado en venta por largo tiempo.

Mensualmente el número de visitantes varía entre 290.000 y 300.000, mientras que los estudios indican que al estar ubicado en una zona tan comercial, en una de la esquinas más turísticas de la ciudad de Quito, éste Centro Comercial debería contar con un flujo de aproximadamente 500.000 personas al mes.

Se puede concluir que lo óptimo sería un cambio para aprovechar todos los beneficios indirectos que ya tiene éste recinto, se podría sacar mucha ventaja de la ubicación y el flujo de turismo que se observa en las calles aledañas. Otro punto a tener en cuenta es la falta de uso de ciertos locales, tendría un buen funcionamiento el centro comercial en sí, si todos los locales estuvieran ocupados, ya que se observaría más movimiento.

Se ha comprobado que la ubicación de una cafetería frente al ingreso ha logrado atraer a más clientes, es por ésta razón que la misma se mantendrá pero será reubicada, en el interior del centro comercial.

Es necesario realizar un cambio notable, durante los años que tiene de construcción este recinto comercial, no se ha producido ningún cambio de mayor importancia y esto ha logrado que la gente se acostumbre a verlo de la misma manera, descuidado y sin variaciones.

Al darle un tratamiento de fachada y renovar por completo sus interiores, se está garantizando un cambio en el entorno urbano, y por ende, un atractivo arquitectónico que no tiene comparación con el estilo y el interiorismo que se manejaba anteriormente.

## **2.2 Marco Conceptual**

### **2.2.1 Concepto de Centro Comercial**

Los centros comerciales son plazas (o vías) completamente cubiertas y abiertas solo al tráfico peatonal en las que se reúnen diversos establecimientos comerciales. Puede considerarse un lugar en el que se concentran establecimientos de alimentación junto con varias tiendas especializadas en artículos para el hogar, para el cuidado personal, ropa, transacciones bancarias, puntos de información, agencias de viajes, etc.

Ya que los centros comerciales parten del concepto creado por las galerías de comercio, podemos concluir que son muy parecidos en cuanto a su funcionamiento y articulación en lo que se refiere a locales. Un centro comercial, shopping o mall, es uno o varios edificios, por lo general de gran tamaño, que alberga locales y oficinas comerciales, cuyo fin es agruparlos en un espacio determinado para así dar más comodidad a quien lo utilice, logrando que encuentre todo lo que busca en un solo sitio, sin tener que recorrer varios puntos de la ciudad para conseguirlo.

Se diferencia de los hipermercados o tiendas por departamentos, ya que el centro comercial está pensado como un espacio público con distintas tiendas especializadas, además de incluir lugares de esparcimiento y diversión.

Aunque esté en manos privadas, por lo general los locales comerciales se alquilan y venden de forma independiente, por lo que existen varios dueños, los que deben cumplir con el pago de servicios de mantenimiento al constructor o a la entidad administradora del mismo, según sea el caso.

Los Centros Comerciales poseen un orden determinado para disponer las tiendas, por ejemplo una planta o sector es solo para ropa, otro para la venta de comida y restaurantes, otro para centros de diversión y ocio, etc.

Lo que genera esto es una organización que va a ser más fácil de manejar para quien haga uso de las instalaciones, así quienes se benefician son los clientes y los propietarios de los negocios ya que será más fácil identificarlos en el espacio e ir directamente hacia lo que se busca.

Los Centros Comerciales son más habituales en las grandes ciudades para así evitar el congestionamiento, lo más común es ubicarlos en puntos claves, calles transitadas, zonas turísticas, zonas cercanas a hoteles o residencias de la ciudad, donde pueda ser visto por todos y especialmente por su volumen, diseño y color llame la atención y provoque el deseo de entrar.

Hoy en día, gracias a los avances tecnológicos se pueden crear pantallas que recubren fachadas o cortinas de vidrio que dejan a la vista el interior, y esto causa un efecto inmediato en el cliente, quién talvez no desee comprar nada, pero al sentir el impulso de entrar, ya puede admirar los diferentes locales y si la sensación es agradable, volverá.

El objetivo de los centros comerciales es obedecer a una lógica del mercado del consumo, lo que se pretende lograr es provocar al visitante a realizar una venta por impulso, facilitando su accesibilidad y brindándole varias opciones bajo el mismo techo.

### **2.2.1 Características Arquitectónicas**

Las características más importantes dentro de los centros comerciales son:

- Se planean de tal manera que dan la apariencia de ser una gran unidad, pero realmente esta compuesto por diversos comerciantes independientes ya que los productos que se ofrecen en cada uno son distintos y mediante escaparates, manejo de luces y materiales, se pueden diferenciar unos de otros.
- Disponen de una superficie lo suficientemente grande que destinan para estacionamiento de los clientes que acuden en gran número a efectuar sus compras.
- Para ser aún más completos deben contar con una zona destinada a la recreación como pueden ser cines, bingos y patios de comidas.
- Es importante que el recinto comercial vaya acorde al entorno donde se encuentra. En el caso del Centro Comercial “El Espiral”, la forma está muy bien lograda ya que llama la atención de quienes lo miran y resalta entre los edificios que lo rodean.

Una característica que da el nombre a este centro comercial, es la forma en que está distribuido y zonificado a manera de espiral y formando una circulación de tipo radial, logrando que ésta sea por rampas o ascensor y la luz provenga del techo. Según el constructor, lo que buscaba es dar una nueva opción de diseño al momento de comprar, el objetivo era vender a los propietarios de los locales una nueva idea en cuanto a distribución y funcionalidad en el aprovechamiento de espacios.

En el caso de la propuesta interiorista, se plantean áreas clave que ayudarán a dar un concepto marcado de centro comercial al espacio, algunas de ellas son:



Nueva cafetería ubicada en la planta baja, con acceso desde el interior del centro comercial, cuenta con una terraza que permite el contacto con el entorno exterior.

Local bancario, debido a la demanda y a la importancia que tiene para un centro comercial contar con un banco en sus instalaciones, se va a implementar uno en la planta baja, el mismo que tendrá acceso, tanto desde la calle, como desde el interior del centro comercial.

Tienda de Ciclismo y arreglo de bicicletas, será uno de los locales de la planta baja, para facilitar el acceso a los usuarios que requieran de éste servicio. Esta tienda es importante, ya que gracias a la nueva ciclo vía que recorre parte de la Av. Amazonas, el flujo de bicicletas ha aumentado.

Patio de comidas, el mismo tomará lugar en el 5to piso y contará con nueve locales, uno de ellos tendrá una vista privilegiada de la ciudad y a su vez puede considerarse un mirador.

En general, los nuevos locales se han reorganizado por función y similitud, para que exista mayor diversidad, en cada uno de los pisos se puede encontrar áreas destinadas al consumo de alimentos, moda, recreación, servicios, información, etc. Lo que se busca es tener un espacio amplio que maneje un comercio aleatorio y donde cada local se distinga por su particular uso de colores, formas y tamaños.

Se maneja una cantidad de 10 a 11 locales por piso, los mismos que se dividen en 3 locales tipo: el primero, que se utiliza para islas y cajeros automáticos es de 15 m<sup>2</sup>, el segundo, para locales comerciales es de 40 m<sup>2</sup> y el tercero, para locales que cuenten con un amplio show room es de 80 m<sup>2</sup> aproximadamente. Existen excepciones, ciertos locales como la mueblería, la agencia bancaria y la juguetería, son más amplios.

## 2.3 Marco Referencial

### 2.3.1 Centro Comercial Internacional

#### 2.3.1.1 Centro Comercial “La Independencia”

Otro centro comercial que cuenta con ésta particular distribución radial es “La Independencia” situado en el centro de la ciudad de Zaragoza, España.

A su vez, éste centro cuenta con aproximadamente cien locales que abarcan todo tipo de actividades comerciales, moda, accesorios, agencias inmobiliarias y de viajes, bares y restaurantes, etc.

Es un Centro Comercial que invita al paseo, ya que con su característica forma helicoidal, se pueden observar los establecimientos desde cualquier punto.

Gráfico 2.1 Vista Centro Comercial “La Independencia”



Fuente: <http://www.centroindependencia.com/enlaces.asp>

El gerente del lugar afirma que el constante cambio en la imagen, la decoración de escaparates y la apertura de por lo menos un nuevo local en el año logra atraer la gente necesaria para no bajar los índices de confluencia del año anterior.

Gráfico 2.2 Vista Centro Comercial “La Independencia”



Fuente: <http://www.centroindependencia.com/enlaces.asp>

También es importante dejar un espacio arquitectónico apropiado para una franquicia internacional ya que ésta, al ser conocida y tener trayectoria, lleva consigo público que constantemente la visitará.

Este referente nos muestra la importancia de contar con circulaciones más amplias y cómodas en el interior de un centro comercial, ya que el lugar se torna más abierto y acogedor.

En las imágenes también se puede observar cómo, mediante el uso de vidrio en los pasamanos, se logra aun más paso de luz y a su vez éste se destaca por estar enmarcado con metal.

Finalmente, podemos notar que en este centro comercial se ha aprovechado en su totalidad el espacio, ya que en lugar de ubicar algún elemento decorativo, o dejarlo vacía, en la mitad de la planta baja se ha ubicado un local comercial extra, que puede ser visto desde cualquier punto de la rampa de circulación.

#### **2.3.1.2 Centro Comercial “Apumanque”**

Otro referente importante es el Centro Comercial “Apumanque” (también llamado Cosmocentro Apumanque), ubicado en la comuna de Los Condes en Santiago de Chile.

El mismo, después de varios incendios, estuvo cerrado durante 15 años y en el año 2007 empieza un proceso de remodelación completa de su fachada, que pretende acompañar a los proyectos que actualmente están en desarrollo alrededor del mismo.

El centro comercial cuenta con 370 locales distribuidos en dos pisos, más un tercer piso que contiene un patio de comidas, una tienda de hobbies y estacionamientos.

Gráfico 2.3 Vista patio de comidas Centro Comercial “Apumanque”



Fuente: [www.apumanque.cl](http://www.apumanque.cl)

Los accesos dentro de su entorno inmediato son:

Dos accesos frontales por Manquehue Sur, más dos accesos subterráneos accesibles desde la misma calle.

Cuatro accesos laterales al sur desde la calle Del Inca, dos por cada uno de los pisos centrales.

Un acceso trasero accesible desde la calle Mar de los Sargazos.

Después de conocer el caso de uno de los centros comerciales más famosos de Chile, podemos concluir el aporte que hace a este proyecto, ya que muestra la importancia que tiene la ubicación de las salidas de emergencia, los cajetines y las alarmas contra incendio.

También se destaca el uso de un piso completo, en la parte alta, destinado para locales de comida, se puede notar la buena iluminación, ventilación y la apertura de los espacios, ya que hay que tomar en cuenta los olores y el calor que emiten las cocinas, además de la cantidad de personas que estarán a determinada hora del día.

## 2.4 Diagnóstico

La antigua ciudadela Mariscal Sucre se mantuvo olvidada hasta la pasada década, tiempo en el cual su crecimiento y desarrollo fue notable. Empezando por la plaza central del Quinde y expandiéndose hacia todo su contorno, el mismo que hoy en día es prácticamente irreconocible al de 1990.

La edificación del centro comercial "El Espiral" ha sido sometida a remodelación en varias ocasiones, destacando principalmente el cambio de color de sus fachadas, el mismo que es necesario por el deterioro externo, pero que a su vez no ha logrado crear el impacto deseado en los usuarios. También se han hecho ligeros cambios en su rampa de salida vehicular y ciertos locales han cambiado su uso original.

Es muy importante mencionar que, para rescatar esta edificación es necesaria una renovación que conlleve un diseño interiorista que logre crear un cambio notable y favorable para la misma.

En su entorno inmediato podemos encontrar teatros, zonas de alto grado turístico, universidades, oficinas, etc. y aún así, no se ha alcanzado el éxito deseado. La ubicación no va a variar, de esta manera, se convierte en una ventaja que hay que saber aprovechar y dar un manejo dinámico al espacio para lograr que el mismo llame la atención y se convierta en un atractivo arquitectónico.

La propuesta de cambio que se presenta permitirá que el flujo de visitantes aumente dentro del centro comercial, que los locales sean más cómodos, que gracias a la nueva circulación se vea más movimiento y dinamismo en el interior, que los usuarios y dueños cuenten con más servicios, que se amplíen todas las áreas, sean éstas comerciales, de comida, de entretenimiento y de servicio al cliente, logrando satisfacer

más necesidades y abriendo sus puertas a un grupo objetivo de personas, antes desconocido dentro de esta zona.

Es cada vez más necesario contribuir con proyectos de reciclaje de espacio, donde la infraestructura en general se mantiene, no se cambia su uso, pero se lo optimiza, dando una imagen novedosa y logrando espacios de vanguardia que acaparen la atención de quien los visita.

### **3. Capítulo III**

#### **3.1 Análisis de la Ubicación**

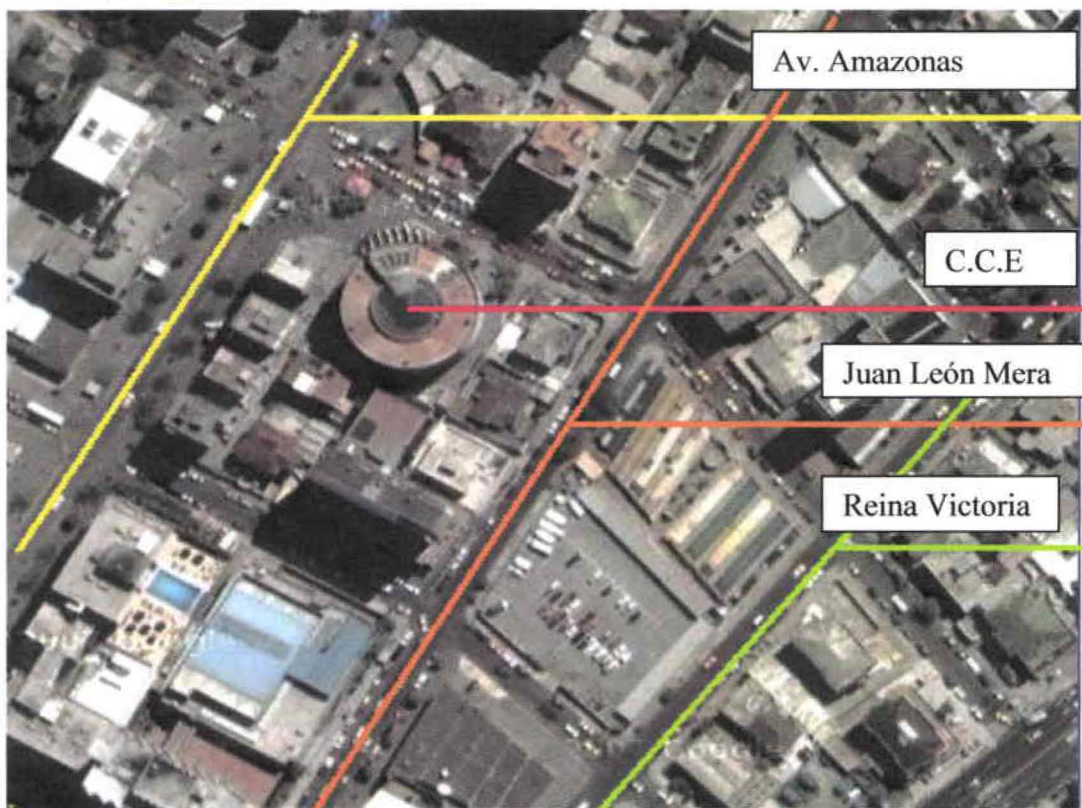
La edificación a analizar en este caso, el Centro Comercial “El Espiral”, se ubica en las calles Jorge Washington y Av. Amazonas, esquina.

Con solo nombrar estos ejes de tránsito se puede definir que es un sitio totalmente céntrico y accesible al público debido a la gran cantidad de vías alternas que lo rodean. La facilidad de acceso se da gracias a las diferentes rutas que se manejan dentro del transporte público ya que tanto la Ecovía, el Trolebús, la Metrovía y los buses particulares que recorren la Av. Amazonas, podrían acercar al usuario al centro comercial.

La Ecovía realiza recorridos por todo lo largo de la Av. Seis de Diciembre, de manera que la estación más cercana sería la que está ubicada en el cruce con la Av. Patria, la misma que se denomina “Casa de la Cultura”; Por su parte el Trolebús realiza recorridos por todo lo largo de la Av. Diez de Agosto y la estación más próxima al sector del centro comercial es la que se ubica en la calle Veintimilla y Diez de Agosto y lleva el nombre de “Santa Clara”; Finalmente la Metrovía, que realiza su recorrido por toda la Av. América, cuenta con una estación en

la Av. Pérez Guerrero, y ésta se conoce como la parada de la “Universidad Central”.

Gráfico 3.1 Vista aérea del Centro Comercial “El Espiral” y sus alrededores.



Fuente: google earth

### 3.2 Análisis Vial

Las principales vías que rodean directamente al Centro Comercial “El Espiral” son:

La Avenida Río Amazonas



**Gráfico 3.2 Vista de la Av. Amazonas de sur a norte.**



**Fuente: Daniela Romero M.**

**Gráfico 3.3 Vista de la Av. Amazonas de norte a sur.**



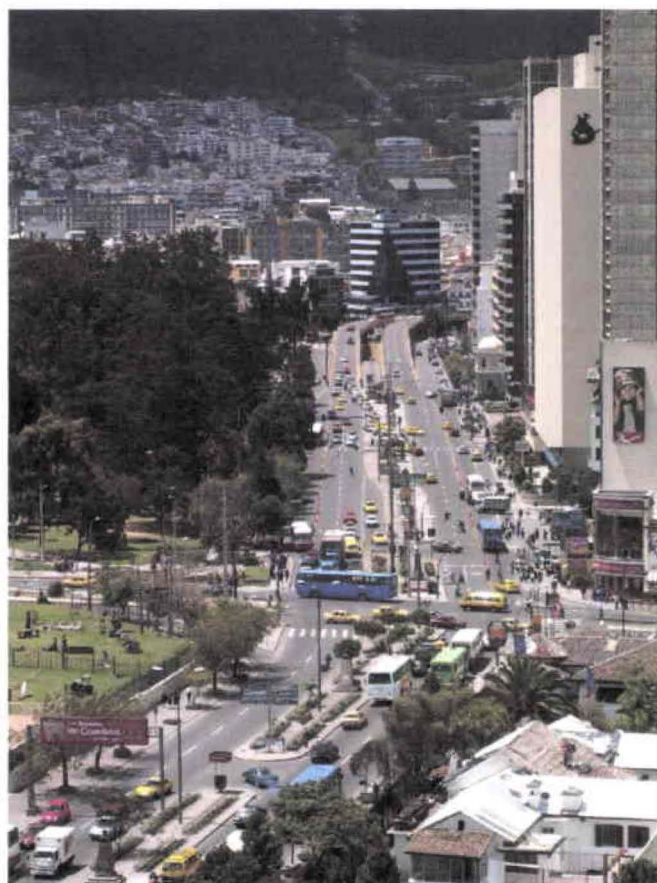
**Fuente: Daniela Romero M.**

En la Av. Amazonas y José Ramón Roca se encuentra el edificio Río Amazonas, el mismo que hoy se ubica donde inició la cadena de supermercados “Supermaxi”, conocida en ese entonces como “La Favorita” y con la cual se originó el comercio como tal en el sector y por ende se implantó el concepto de sector comercial y de negocios.

Un punto que debe tomarse en cuenta para la nueva propuesta es el hecho de que en este eje, tan cercano, se encuentra la ciclovía, con su propio y diferenciado carril, lo que permitirá que nuevos usuarios usen este medio de transporte y aparezca la necesidad de crear un parqueadero para las mismas.

### La Avenida Patria

Gráfico 3.4 Cruce de la Av. Patria con la Av. Seis de Diciembre.



Fuente: [www.in-quito.com](http://www.in-quito.com)

La Avenida Doce de Octubre, que es la que delimita al sector de “La Mariscal” en el lado Este.

Gráfico 3.5 Redondel donde se juntan la Av. Doce de Octubre y la Av. Patria.



Fuente: [www.tripadvisor.es](http://www.tripadvisor.es)

Muy cercana a ésta avenida, se encuentra la Pontificia Universidad Católica del Ecuador (PUCE), la misma que aporta con un flujo de usuarios, en este caso estudiantes, al centro comercial, lo que deja muy claro que dentro del mismo, deben existir lugares para uso de ellos, tales como papelerías, plotters, servicio de internet y comidas.

**Calle Cristóbal Colón**

Parte en la Av. 12 de Octubre y finaliza en la Av. América (de éste a oeste) y es hoy en día una de las calles con más comercio en la ciudad.

Gráfico 3.6 Vista de la Calle Colón desde la Reina Victoria.



Fuente: Daniela Romero M.

Se puede concluir que ésta avenida representa competencia para el centro comercial, ya que en ella se encuentran todo tipo de negocios, además maneja un grupo objetivo de usuarios muy parecido al del Espiral, ya que los precios son bastante económicos.

### 3.3 Análisis del Entorno

En la zona Noreste de la ciudad de Quito, encontramos al Centro Comercial “El Espiral”, el sector donde se encuentra, netamente comercial, es el de “La Mariscal”, conocido principalmente por el flujo de visitantes extranjeros que lo concurren y el ritmo de vida que aquí se lleva, ya que se puede observar movimiento desde temprano en la mañana, hasta altas horas de la noche por los innumerables hoteles, hostales, bares, discotecas y cafeterías que ofrecen sus servicios las 24 horas del día.

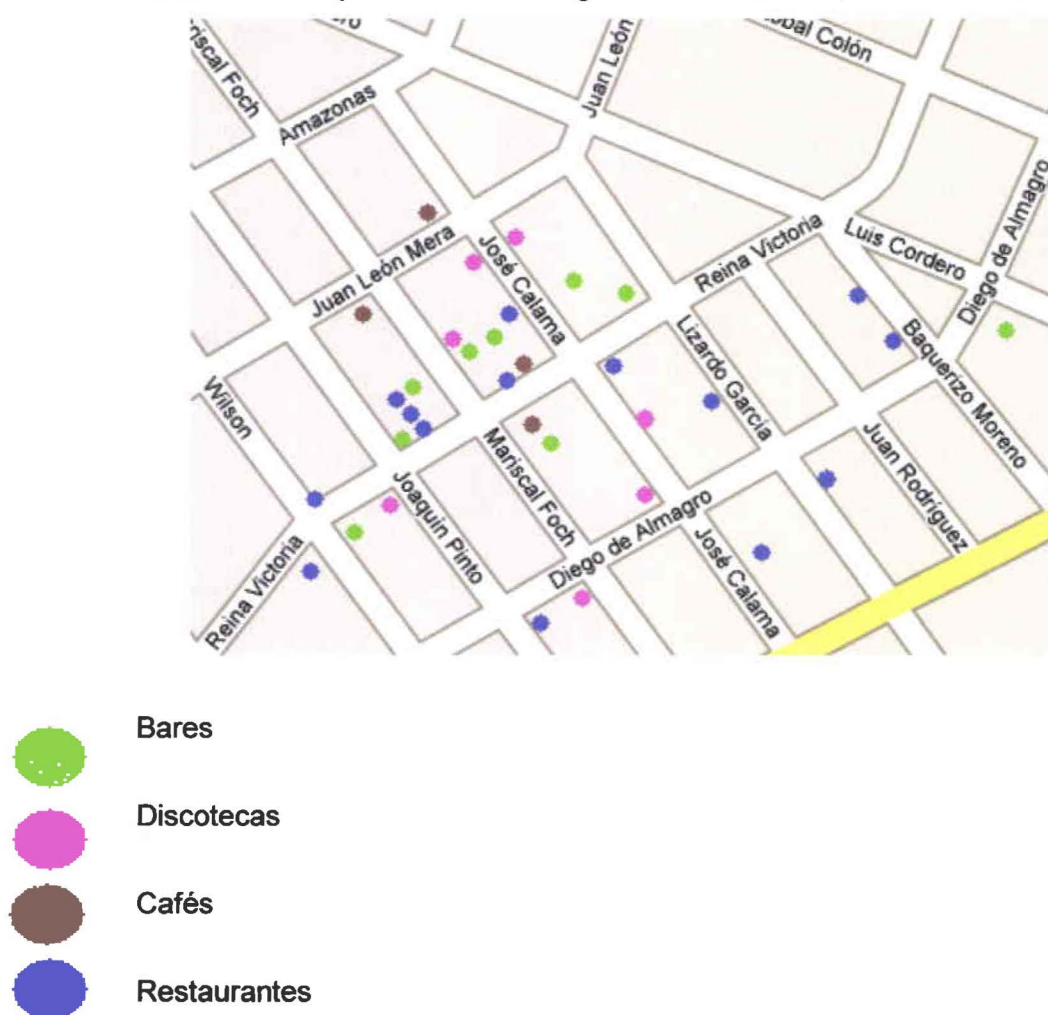
Se puede decir que el sector de “La Mariscal” se delimita por cuatro grandes Avenidas: al Norte la Av. Orellana, al Sur la Av. Patria, al Este la Av. Doce de Octubre y al Oeste la Av. Diez de Agosto.



alimentación, hasta instituciones públicas y empresas privadas, que debido a su céntrica ubicación, prefieren implantar en éste sitio sus oficinas y aportar con ellas al eje de negocios que se creó a mediados de la década del 70 y que se mantiene hasta hoy.

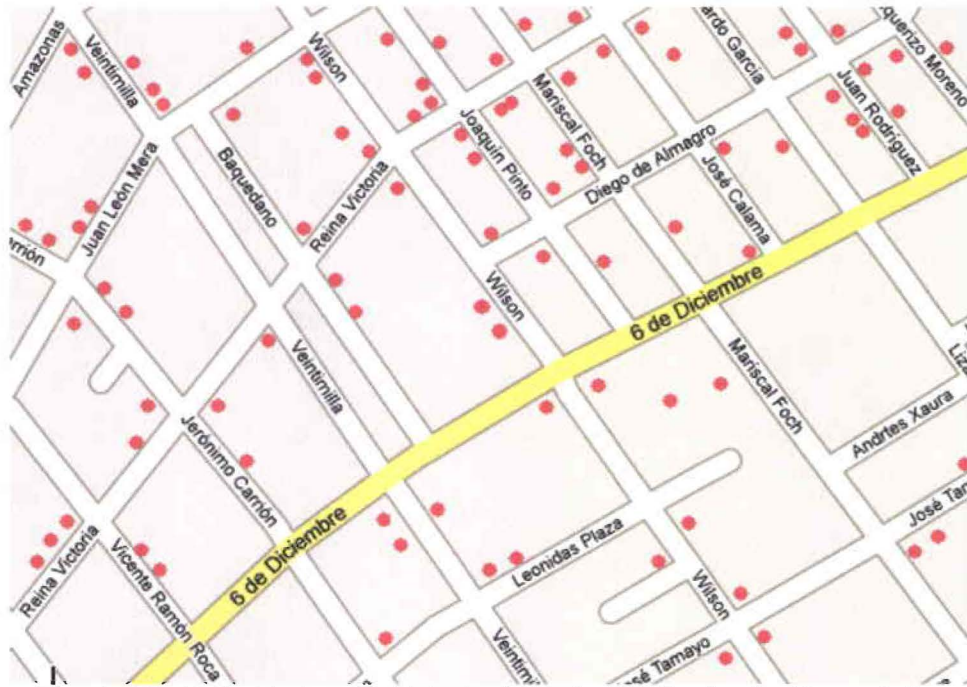
El aspecto favorable que se puede obtener de esta información es que los ciudadanos, turistas y visitantes en general, ya reconocen e identifican a ésta zona como un eje de comercio, dentro del cual el Centro Comercial “El Espiral” es el punto de venta más grande, donde, bajo el mismo techo se puede encontrar variedad de productos, actividades, locales y recreación.

Gráfico 3.8 Mapa de ubicación lugares de recreación, uso de suelo.



Fuente: Google Maps

Gráfico 3.9 Mapa de ubicación hoteles, hostales y residencias, uso de suelo:



Fuente: Guía de Turismo y Entretenimiento UIO2, circulación gratuita.

A continuación, con la ayuda de un mapa del sector, se analizará de sur a norte, las principales edificaciones, los ejes viales que marcan la circulación y los puntos de referencia más importantes que rodean e identifican la ubicación de éste recinto comercial.

Gráfico 3.10 Mapa de ubicación hoteles, hostales y residencias, uso de suelo:



Fuente: [www.viajeros.com/quito](http://www.viajeros.com/quito)

Comenzando por la parte sur del mapa, encontramos primeramente la Casa de la Cultura Ecuatoriana "Benjamín Carrión", ésta se encuentra rodeada por la Av. Patria al norte, el estadio del arbolito al sur, la Av. Seis de Diciembre al este y la Av. Doce de Octubre al oeste.

Esta institución destinada únicamente a fomentar el desarrollo cultural, se construye en el año de 1946 y cuenta con dos edificios importantes que se levantaron en terrenos donados por el Municipio de la ciudad.

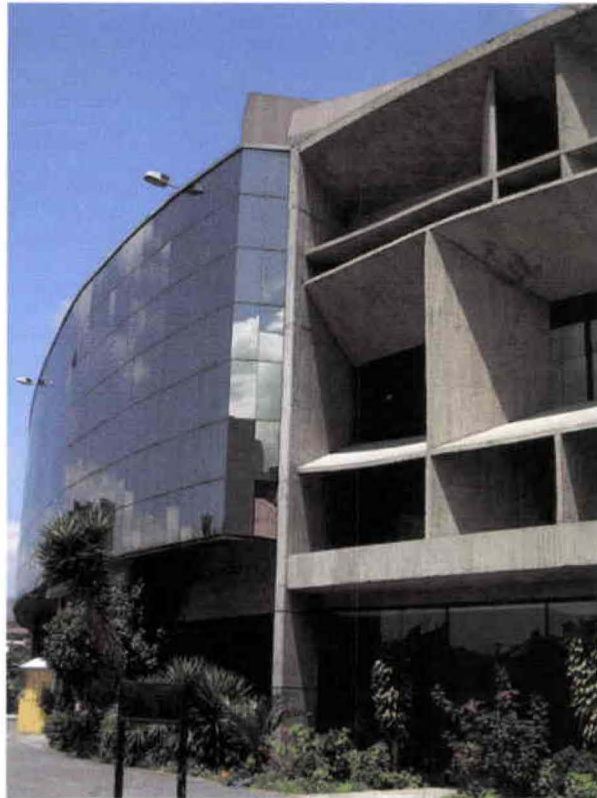
La primera edificación, de estilo clásico, con grandes murales del afamado pintor Oswaldo Guayasamín estuvo a cargo del Arq. Alfonso Calderón Moreno y comprende toda el área administrativa, el archivo nacional de historia, la Cinemateca y siete salas de exposición. Junto al edificio se encuentra el teatro "Prometeo" y el Área de la Mujer.

La segunda edificación es más amplia, ya que en ella se encuentra la Biblioteca Nacional, los Museos Nacionales de Arte antiguo y moderno, el Museo de Instrumentos musicales, el Museo de Arqueología e Historia y el Museo de artes populares; El Teatro Nacional Jaime Roldós Aguilera y un teatro al aire libre conocido como el Ágora de la Casa de la Cultura. Se construyó también en la década de los 60 el Teatro "Demetrio Aguilera Malta" con capacidad para más de cuatrocientas personas.

En resumen, el complejo cultural se desarrolla aproximadamente en cincuenta mil metros cuadrados de construcción, los mismos que fueron aprovechados para incentivar y congregar todas las actividades culturales posibles ya que aquí se da cabida a la danza, la pintura, el cine, la lectura, la actuación, el canto, entre otros.



**Gráfico 3.11 Casa de la Cultura Ecuatoriana, unión entre la edificación antigua y la moderna.**



Fuente: Daniela Romero M.

A la misma altura de la Casa de la Cultura, sobre la Av. Patria, encontramos al parque de “El Ejido”, éste espacio puede considerarse una de las referencias más importantes para delimitar la entrada al Centro Histórico, ya que si se continúa por la Av. Seis de Diciembre o la Av. Diez de Agosto (que rodean al parque), se puede llegar a este destino de manera directa. Es claro que “El Ejido” marca la división entre la ciudad antigua y la moderna.

Cabe recalcar que este tradicional parque es conocido por la venta de cuadros de autores independientes, nacionales e internacionales, todos los fines de semana. Para quienes gustan del arte y sobre todo para los turistas, ésta es una forma creativa de llamar su atención.

Gráfico 3.12 Parque “El Ejido”, feria de cuadros y obras de arte que se realiza los fines de semana.



Fuente: Daniela Romero M.

Continuando con el recorrido se encuentra uno de los hoteles de cinco estrellas más representativos y elegantes de la zona, es el caso del antiguo Hotel Colón, conocido a partir de su ingreso a la cadena hotelera internacional Hilton, como “Hilton Colón Quito”.

Dentro de su terreno de 7.700 metros cuadrados, se distribuyen 395 habitaciones, casino, área de gimnasio y spa, restaurantes, suites, habitaciones ejecutivas y locales comerciales.

Gráfico 3.13 Hotel Hilton Colón visto desde la Av. Patria



Fuente: [www.hilton.com.ec](http://www.hilton.com.ec)

En la misma calle del Centro Comercial “El Espiral”, es decir, en la Jorge Washington, se ubica el Mercado Artesanal “La Mariscal”, el más amplio e importante de la ciudad, donde se produce un comercio más informal de artesanías, joyas y trajes típicos del Ecuador hacia los turistas. Debido a su amplitud y variedad de artículos, éste mercado cuenta con un alto flujo de usuarios nacionales e internacionales a diario.

Gráfico 3.14 Vista de una de las entradas al Mercado Artesanal “La Mariscal”



Fuente: Daniela Romero M.

Un poco más hacia el norte, en la Av, Amazonas y Roca (esq.) se ubica otro hotel que llama la atención no solo por su volumen, sino por el tratamiento que se logra dar a sus fachadas, es el antiguo hotel “Alameda Real”, más conocido desde el año 2000 como hotel “Mercure”, cuando fue adquirido por la cadena internacional de hoteles de cuatro estrellas que lleva el mismo nombre.

Es curioso como en las fachadas de ésta atractiva edificación se alterna la profundidad tanto en ventanas y balcones para dar la sensación de movimiento y equilibrio gracias al efecto visual que consigue.

**Gráfico 3.15 Vista del Hotel Mercure desde la Av. Amazonas**



Fuente: Daniela Romero M.

En las calles Robles y Nueve de Octubre encontramos la iglesia de Santa Teresita, la misma que se construyó entre 1938 y 1954.

De estilo neogótico, esta impresionante iglesia rodeada de bancos y locales comerciales, se basa en un eje central simétrico, con una torre a cada lado y se convierte en el hogar de las Hermanas Carmelitas.

**Gráfico 3.16 Vista de la Iglesia de Santa Teresita desde la calle Robles.**



Fuente: Daniela Romero M.

Continuando con las edificaciones importantes, la siguiente sin lugar a dudas ha dado un giro radical en los últimos años, se trata de la Plaza

Fosch, la misma que a diario es visitada por cientos de turistas y en sus alrededores existen edificios tales como el hotel boutique Nü House. La concurrencia de tanta gente se debe a la amplia gama de locales que existen tanto para asistir en la mañana como en la noche, entre ellos encontramos bares, restaurantes, lounges, discotecas, cafeterías, agencias de viajes, hostales, etc.

Gráfico 3.17 Vista del Hotel Nü House desde el cruce de las calles Fosch y Juan León Mera



Fuente: Daniela Romero M.

Gráfico 3.18 Vista de los restaurantes de la Plaza Fosch



Fuente: Daniela Romero M.

Siguiendo al norte, en el cruce de las calles Reina Victoria y La Niña, encontramos al Museo etnohistórico de artesanía del Ecuador “Mindalae”. Su estructura llamativa por su forma, cuenta con cinco niveles de exposición de la cultura, costumbres y tradiciones del Ecuador.

Es atractivo a los turistas ya que se puede conocer paso a paso cómo han ido evolucionando las civilizaciones y se detalla con material audiovisual cada uno de los grupos étnicos que conforman nuestra cultura.

En la planta baja se encuentra una cafetería y una tienda de recuerdos del museo.

Gráfico 3.19 Vista del Museo “Mindalae” desde la calle Reina Victoria



Fuente: Daniela Romero M.

Finalmente, en la esquina que se forma entre la Av. Orellana y la Reina Victoria, encontramos al hotel “Holiday Inn”, otro de los pertenecientes a cadenas hoteleras internacionales, que abre sus puertas en la capital para albergar a los turistas en sus 137 habitaciones.

Cabe mencionar que el hotel fusiona su arquitectura moderna con una casa construida en el año de 1950 y que fue declarada Patrimonio de la

Ciudad, en ella se ubicó el business center, la sala de reuniones y un pequeño bar.

Gráfico 3.20 Vista del Hotel Holiday Inn Express desde la Av. Orellana



Fuente: Daniela Romero M.

Diagonal a esta edificación, al otro lado de la Av. Francisco de Orellana se encuentra el hotel J.W. Marriott, el mismo que cuenta con 370 habitaciones de lujo y una torre de suites ejecutivas en la parte trasera.

Gráfico 3.21 Vista del Hotel J.W. Marriott desde la Av. Orellana



Fuente: Daniela Romero M.

De las edificaciones recorridas se puede notar que la mayoría son hoteles y en su totalidad, los edificios identificativos del lugar están dirigidos al turismo. Al tener en cuenta que el entorno está rodeado de extranjeros se puede concluir que dentro del centro comercial deben existir locales dirigidos hacia ellos, ya que está garantizado que los mismos serán visitados y servirán como locales gancho para que la gente se dirija a conocer el punto de venta completo.

Es importante ubicar éstos locales en pisos superiores o inferiores al ingreso, para así obligar a las personas que vayan a visitarlos, a recorrer parte del centro comercial.

Después de analizar las vías que rodean al “Espiral”, podemos concluir que, desde cualquier punto de la ciudad, la accesibilidad a esta zona es bastante sencilla, y con el desarrollo constante que presenta el sector de La Mariscal, cada vez más rutas de transporte público recorren sus calles, brindando su servicio hasta altas horas de la noche.

Como se señala en las fotografías, existen muy pocas edificaciones referenciales que podrían representar competencia para el centro comercial, la primera de ellas es la calle Colón, donde se ubican varios locales y la segunda, el mercado artesanal, el mismo que es sumamente concurrido por turistas, esto aporta al proyecto ya que su propuesta tiene que diferenciar al grupo objetivo que se dirija a cada uno, aumentando servicios y comodidades.

Como aporte esencial se puede determinar que el ingreso principal debe jerarquizarse de alguna manera, para que pueda ser observado e identificado. El área de acceso al centro comercial, donde actualmente se encuentra la cafetería coffee tree, debe tener un tratamiento especial, antes que nada debe ampliarse, retirando este local, ya que reduce de manera drástica, el espacio de circulación hacia “El Espiral”.



### 3.4 Análisis de la edificación actual

Antes de analizar el área de locales del centro comercial, es importante entender el funcionamiento de los subsuelos.

Al tener una distribución y forma helicoidal, de la rampa de circulación del centro comercial, el subsuelo mantiene este mismo sentido.

Al llegar al último subsuelo podemos ver cómo nace otra rampa, independiente totalmente de la de entrada, para generar la salida de los vehículos.

Gráfico 3.22 Inicio de la rampa de salida independiente, ubicada en el 5to subsuelo.



Fuente: Daniela Romero M.

Gráfico 3.23 Vista de la rampa de salida desde el segundo subsuelo, ya que ésta lo rodea.



Fuente: Daniela Romero M.

Una vez dentro del edificio, en la parte de los locales se puede ver que el acceso desde los parqueaderos no tiene la importancia que merece, ya que solamente es una puerta de metal de un metro de ancho y no da las facilidades que necesitan los discapacitados.

La distribución de los siete pisos de locales comerciales empieza con una base circular, que por el momento está decorada con plantas y en el centro, a manera ornamental, tiene cuerdas y luces que van desde la base hasta la cubierta.

Gráfico 3.24 Actual elemento central, ubicado en la planta baja.



Fuente: Daniela Romero M.

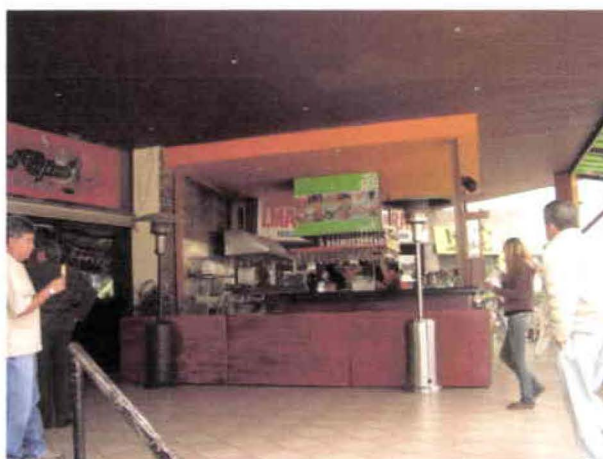
Gráfico 3.25 Vista de la circulación central



Fuente: Daniela Romero M.

Siguiendo con el recorrido se puede notar que existen dos accesos, el primero desde los subsuelos y el otro, dos niveles más arriba, desde el cruce de la Avenida Amazonas con la calle Jorge Washington. Es aquí donde se da lugar a la fachada frontal de la edificación.

Gráfico 3.26 Actual ingreso principal al centro comercial



Fuente: Daniela Romero M.

Si el ingreso se lo hace por la entrada principal, sobre la Av. Amazonas, existen tres opciones para recorrer el interior, una es por la rampa que rodea de manera interna a los locales, otra es por las escaleras junto al ingreso principal, y finalmente, por los ascensores.

Gráfico 3.27 Actual ingreso principal al centro comercial



Fuente: Daniela Romero M.

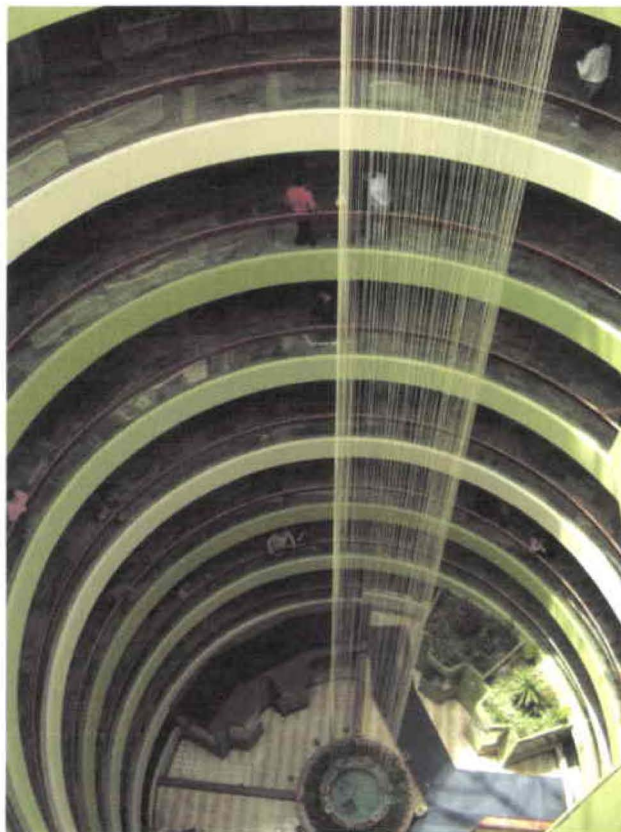
Mientras se continúa el ascenso hasta el último piso, se puede notar que en ningún momento falta la luz, ya que existe en la cubierta un domo completamente translúcido que permite el paso de luz natural durante todo el día. No se puede decir lo mismo de la noche, ya que la luz artificial no es suficiente, hace falta un diseño de iluminación adecuado.

Gráfico 3.28 Actual domo en la cubierta



Fuente: Daniela Romero M.

Gráfico 3.29 Vista general del centro comercial desde el 5to piso.



Fuente: Daniela Romero M.

Para finalizar, en la parte exterior del centro comercial, por la entrada principal, se ubicó una pantalla gigante que sirve de atracción para los

peatones, turistas o usuarios de las instalaciones. También se implantó una cafetería que presta sus servicios las 24 horas, gracias a esto se ha logrado captar la atención de varios nuevos clientes y se logran cada vez más visitas durante la hora del almuerzo.

Gráfico 3.30 Cafetería fuera del ingreso principal.



Fuente: Daniela Romero M.

Gráfico 3.31 Exterior Centro Comercial "El Espiral", desde la Av. Amazonas



Fuente: Daniela Romero M.

## **4. Capítulo IV**

### **4.1 Justificación del Concepto**

La idea de llevar a cabo un diseño interiorista en un espacio existente, sin cambiar su uso, sin lugar a dudas es un desafío, ya que hay que superar en todos los aspectos al diseño actual, convirtiendo el mismo en algo funcional y atractivo para quienes lo visitan.

Esta propuesta permite dar, a los espacios que lo necesitan, vida y dinamismo al crear un cambio tan notorio.

Debido a la forma en que está planteado el diseño de este centro comercial, donde todo gira en torno a un punto central, desde su cubierta, hasta su circulación, lo podemos relacionar con un árbol, el mismo que también cuenta con un eje central, es decir, el tronco, y gracias a éste se mantiene de pie.

Dentro del estudio de los símbolos, se habla del árbol como la esencia de la vida.

El árbol establece la comunicación entre los tres niveles del cosmos:

Con el nivel subterráneo, por sus raíces; con la superficie de la tierra, por el tronco; y con el cielo por la copa y las ramas.

Para representar esto se decidió dividir los diferentes niveles del centro comercial, tomando como las raíces a los subsuelos 1 y 2; como el tronco a la planta baja, el 1º y 2º piso; y como la copa y los frutos al 3º, 4º y 5º piso.

Para crear movimiento, representando las ramas y la irregularidad de las mismas, se creó una rampa de circulación totalmente nueva, la misma que ya no se ubica sólo en el centro, sino que recorre el centro comercial de una forma mucho más dinámica, creando pasillos internos y haciendo que ciertas partes de la nueva rampa lleguen hasta la pared de la fachada, donde se abrieron ventanales para mayor ingreso de luz y para generar vistas desde los diferentes niveles, tanto hacia la ciudad, como desde afuera hacia adentro, donde se puede observar a la gente caminar por los nuevos pasillos, generando una interacción.

## 4.2 Diagramas

### 4.2.1 Programación de Áreas

<b>AREA DE MAQUINARIA</b>	<b>M2</b>
Cuarto de transformadores y planta eléctrica.....	17,96
Cuarto de cisterna, bombas y equipos.....	16,70
<b>AREA DE BODEGAS</b>	
Mantenimiento, bodega central 3er subsuelo.....	64,95
11 Cuartos de limpieza y utilería en cada piso.....	2,53
<b>AREA ADMINISTRATIVA</b>	
Recepción.....	10,34
Oficina Jefe Comercial.....	9,98
Oficina Jefe de mantenimiento.....	9,14
Oficina Administrador.....	10,64
Archivos / Registro.....	8,12
Sala de Juntas.....	24,79
Baño.....	3,37
Estación de cafetería.....	2,72
Sala de espera.....	14,17
<b>AREA DE SERVICIO PARA LOCALES</b>	
Estacionamientos.....	15,70 c/u
Bodega en ciertos locales.....	4,30 c/u
<b>AREA DE BASURA Y DESECHOS</b>	
Cuarto Compactador de basura.....	17,78
<b>AREA DE SERVICIO PARA CLIENTES</b>	
Información.....	4,39
Coches de bebe.....	4,98



Sillas de ruedas.....	5,03
84 Parqueaderos ( 3 subsuelos).....	1318,80
Cajeros Automáticos.....	15,14
Baterías Sanitarias.....	81,97
Rampa de circulación.....	2275,26

### **AREA COMERCIAL**

Joyería.....	44,14
Óptica.....	40,79
Relojería.....	39,37
Accesorios y Bisutería.....	19,67
Plotter / Copias / Anillados.....	39,70
Dulcería.....	45,36
Farmacia.....	88,46
Agencia de viajes.....	70,71
Lotería.....	19,15
Películas.....	39,75
Música.....	95,64
Librería.....	68,28
Peluquería.....	106,86
Revelado Fotográfico.....	70,02
Artesanía fina.....	80,02
Productos Naturistas.....	68,23
Tecnología.....	81,00
Artículos para bicicletas / Ciclismo.....	81,05
Galería de arte.....	72,42
Celulares / Tarjetas / Accesorios.....	16,65
Perfumería.....	80,89
Sombreros de Paja Toquilla.....	39,38
Artículos para fiestas.....	83,27
Lámparas.....	57,79
Lavado de ropa.....	28,19

Mueblería (Enchapes Exóticos Nacionales).....	98,19
Cabinas telefónicas.....	72,63
Banco (Agencia).....	137,75
Artículos Deportivos.....	80,20
Juegos de video.....	124,71
Papelería.....	118,56
Juguetería.....	118,98
Tienda de música / instrumentos.....	39,80
Café y Tabaco Nacional .....	27,53
Floretería.....	68,74
Ropa formal Mujer.....	77,98
Ropa formal Hombre.....	80,31
Ropa casual Mujer.....	80,35
Ropa casual Hombre.....	81,30
Ropa Infantil.....	71,43
Zapatería.....	81,67
Zapatería Infantil.....	79,33
Lencería / Ropa Interior.....	26,76
Medias.....	21,23
Tienda de Mascotas.....	69,01
Cyber.....	101,65
Ternos de baño.....	54,79
Maquillaje.....	39,55

### **AREA DE COMIDAS**

Cafeterías (Planta Baja, terraza y 5to piso).....	193,26
Patio de Comidas:	
Comida Típica.....	41,16
Comida Rápida (hamburguesas).....	85,52
Comida Japonesa.....	82,58
Sánduches.....	39,65
Pizzería.....	78,90

Restaurante Vegetariano.....	38,91
Pastelería.....	44,50
Heladería.....	21,60

Actualmente, el centro comercial "Espiral" cuenta con 84 puestos de parqueadero, es decir, 2583,16 m<sup>2</sup> de construcción, y ya que éstos no van a ser intervenidos, el área se mantiene.

El centro comercial cuenta actualmente con 10644,33 m<sup>2</sup> de construcción, los mismos que abarcan locales comerciales, pasillos de circulación, gradas de emergencia, baterías sanitarias y zonas comunales.

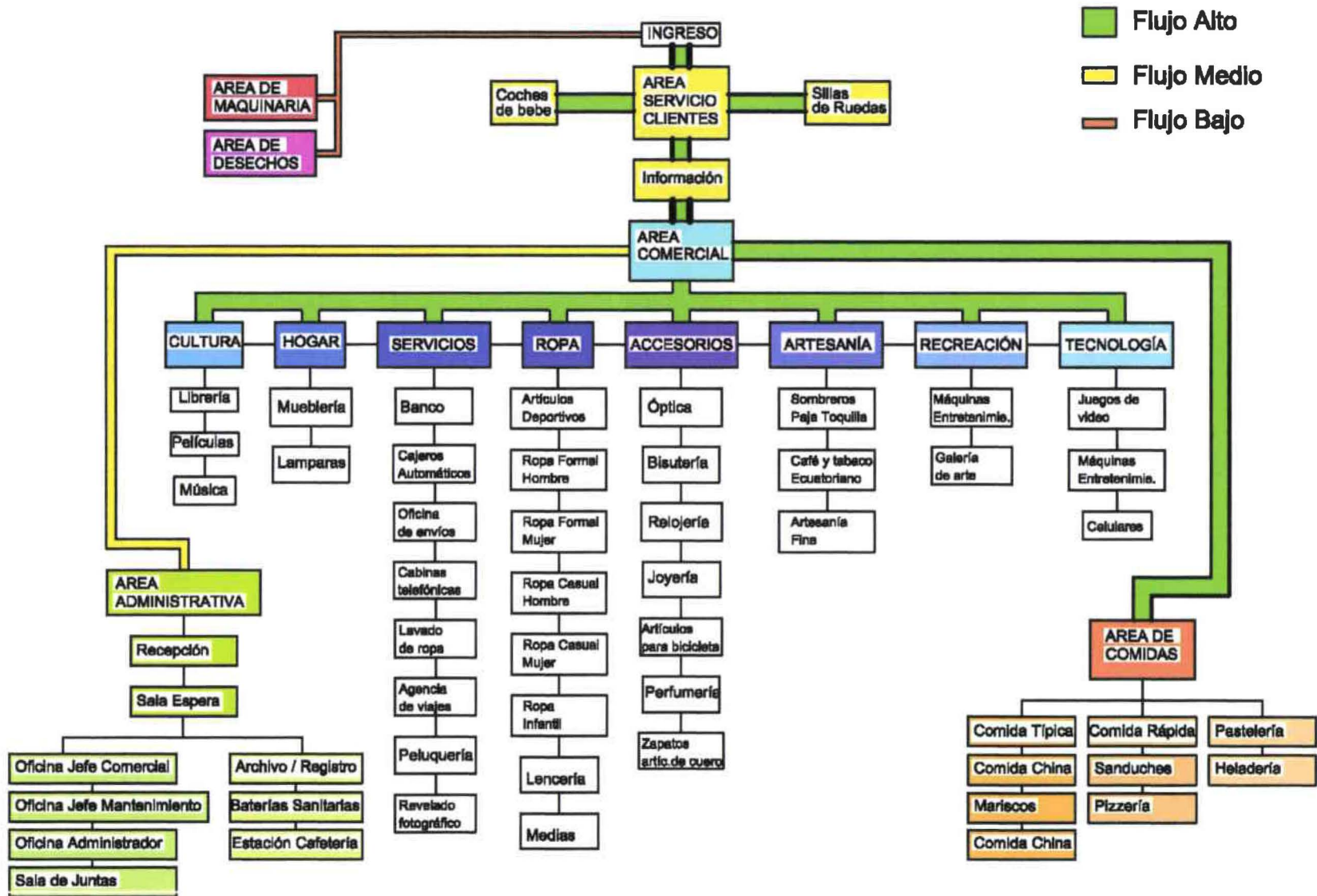
El área de circulación anteriormente era de 1782,72 m<sup>2</sup> y ahora con la ampliación de pasillos y su manera irregular asciende a 2275,26 m<sup>2</sup>.

Mientras que el área de locales comerciales era de 6049,07 m<sup>2</sup> y en el proyecto a proponer es de 5576,98 m<sup>2</sup>.

Finalmente la planta de cubierta y último piso, donde se ubica el cuarto de máquinas, tampoco sufre variaciones y mantiene su área.

La única área extra que se plantea fuera de la edificación es una terraza, accesible desde la cafetería que se ubica en la planta baja y que prestará servicio a los clientes de la misma.





4.2.3 Diagrama de Flujos

#### **4.2.4 Zonificación**

##### **Zonas Privadas**

- Oficina Jefe Comercial
- Oficina Jefe de Mantenimiento
- Administrador
- Archivo / Registro
- Sala de Juntas
- Baño en cada local
- Bodega en cada local
- Cuarto de máquinas
- Área de basura y desechos
- Cocinas en el patio de comidas

##### **Zonas Semipúblicas**

- Recepción área administrativa
- Baño oficinas
- Estación de cafetería
- Sala de espera
- Estación de utilería y limpieza en cada piso

##### **Zonas Públicas**

- Hall de ingreso
- Counter de información
- Alquiler coches de bebe y sillas de ruedas
- Parqueaderos
- Locales
- Restaurantes
- Baterías Sanitarias

## 5. Memoria

El Centro Comercial “El Espiral” está ubicado en las calles Jorge Washington y Av. Amazonas (esquina), cuenta con dos rampas independientes de acceso y salida vehicular y una entrada principal para uso peatonal. Existe otro acceso desde los subsuelos de estacionamiento hacia los de comercio. A partir de este nivel, se da lugar a 8 pisos de locales comerciales: 2 de ellos en subsuelo, la planta baja y 5 de ellos hacia arriba.

Actualmente cuenta con 104 locales, 13 por cada piso, distribuidos de forma radial, alrededor de una rampa central. El tercero, cuarto y quinto subsuelo son parqueaderos para uso de clientes, cabe mencionar que existen 84 puestos.

En la propuesta, por el contrario, el Centro Comercial, reduce sus locales a 74, los mismos que se dividen en módulos de 1, 2 y 3 locales tipo, según sea el caso. El objetivo de hacer esto es dar más amplitud a los negocios, crear circulaciones más cómodas y cambiar la forma monótona de circulación que existía en todo el establecimiento.

Dentro de la tipología de los locales, los de un solo módulo son 19; los de dos módulos son 38 y los de tres módulos, como galerías de arte, librerías, banco, entre otros, son 17.

Además de contar con locales comerciales, se destinó parte del espacio al diseño del área administrativa, ubicada en uno de los subsuelos.

Otra parte importante en el subsuelo fue utilizada para el área de máquinas, donde se ubicarán los tomas para bombas de agua, la cisterna, la planta eléctrica, y actualmente, un cuarto compactador de basura, el mismo que será eliminado, dejando espacio útil para bodegas de abastecimiento.

Hoy en día, el Centro Comercial solamente cuenta con una batería sanitaria ubicada en el primer subsuelo y con muy pocos servicios higiénicos. Debido a la demanda de los clientes, a la implementación de un patio de comidas en el último piso y al hecho de que no todos los locales cuentan con un baño, se decidió ubicar dos baterías sanitarias, la primera se mantiene en el primer

subsuelo, ampliada y remodelada y la segunda se ubica en el cuarto piso, de esta manera, sin importar el flujo de gente, los baños serán suficientes.

Continuando con la propuesta, frente a la entrada principal, se encuentra el counter de información y atención al cliente, diagonal al mismo se creó un espacio para restaurante y cafetería, con acceso hacia una nueva terraza.

Los pisos superiores fueron organizados de tal manera que es más fácil identificarlos, existen zonas de comercio cultural, tecnológico, artesanal, de moda, de entretenimiento, de cuidado personal, de recreación, de servicios y finalmente de alimentación. En el quinto y último piso comercial se ubicó un patio de comidas que cuenta con 9 locales, uno de ellos con vista hacia la ciudad. Aunque ciertos pisos como el 5º solo manejan alimentos, existen otros, donde el orden de los locales comerciales fue aleatorio.

Cada piso, frente a los ascensores, tiene su salida hacia las escaleras de emergencia, las cuales se reutilizaron. En éste mismo lugar se encuentran los cajetines y alarmas contra incendios, así como una estación de limpieza y utilería.



## 6. Bibliografía

- **BROTO** Eduard, Tiendas 2 Top Shops, Editorial Links, segunda edición, Barcelona, España, 2008.
- **VARGAS**, José María, Arquitectura Ecuatoriana, Editorial Trama, tercera edición, 2005.
- **RODRIGUEZ**, José Gabriel, Centros Comerciales Latinoamericanos, segunda edición, Editorial Luz del Sur, México, 2009.
- **THOMPSON**, Sarah, Ultimate Showroom Styles, editorial Taschen, cuarta edición, Reino Unido, 2008.
- **HETCH**, Andrew, Cafeterías y Restaurantes, diseño en espacios pequeños, tercera edición, Madrid, España 2006.
- **Arquitectura en Ecuador Panorama Contemporáneo**, Facultad de Arquitectura Universidad de los Andes, Bogotá, 1994.
- **Arquitectura de Quito, una visión histórica**, Editorial Trama, cuarta edición, 2000.
- Dirección de Planificación, Municipio Metropolitano de Quito
  
- **Entrevistas:**  
Sr. Fernando Daura, Administrador C.C.E. (Centro Comercial Espiral)

## 7. Anexos

### Formato de encuesta para dueños de local

1. Su local es:

Propio \_\_\_\_\_ Arrendado \_\_\_\_\_

2. Piensa que la cuota de condominio es:

Alta \_\_\_\_\_ Está bien \_\_\_\_\_

3. Las ventas de su negocio en promedio son:

Altas \_\_\_\_\_ Medias \_\_\_\_\_ Bajas \_\_\_\_\_

4. ¿Cree que los accesos hacia el centro comercial son cómodos?

Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

5. ¿Cómo calificaría a la administración del Centro Comercial?

Muy Buena \_\_\_\_\_ Regular \_\_\_\_\_ Mala \_\_\_\_\_

6. ¿En qué épocas hay más movimiento en ventas?

---

---

7. ¿Cómo calificaría a la seguridad del Centro Comercial?

Muy Buena \_\_\_\_\_ Regular \_\_\_\_\_ Mala \_\_\_\_\_

8. ¿Qué opina sobre el diseño, tamaño e iluminación del local?

---

---

9. Las vitrinas / escaparates son llamativos y adecuados para exponer los productos?

Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

Por qué?

---

10. ¿Cómo calificaría los servicios del Centro Comercial?

Muy Buenos \_\_\_\_\_

Regulares \_\_\_\_\_

Malos \_\_\_\_\_

### Formato de encuesta para clientes del centro comercial

Sexo: Masculino \_\_\_\_\_ Femenino \_\_\_\_\_

Edad: \_\_\_\_\_

Actividad Económica: \_\_\_\_\_

Nivel Académico:

Primaria \_\_\_\_\_ Secundaria \_\_\_\_\_ Universidad \_\_\_\_\_

1. ¿Qué locales del Centro Comercial Espiral son los que usted más frecuenta?

---

---

2. ¿En qué horario acude al Centro Comercial?

Mañana \_\_\_\_\_ Hora de Almuerzo \_\_\_\_\_ Noche \_\_\_\_\_

3. ¿Por qué razón acude usted al Centro Comercial?

Cercanía \_\_\_\_\_ Precios \_\_\_\_\_ Seguridad \_\_\_\_\_ Variedad  
Ambiente \_\_\_\_\_

4. ¿En qué suele venir?

Bus \_\_\_\_\_ Bicicleta \_\_\_\_\_ Moto \_\_\_\_\_ Auto \_\_\_\_\_

5. ¿Cree usted que al Centro Comercial le falta algún negocio en especial?

Si \_\_\_\_\_

No \_\_\_\_\_

¿Qué tipo de negocio? \_\_\_\_\_

6. ¿Cómo calificaría su experiencia en el Centro Comercial Espiral?

Muy Bueno \_\_\_\_\_ Regular \_\_\_\_\_ Malo \_\_\_\_\_

¿Por qué?

7. ¿Al ver el edificio desde afuera, parece un centro comercial?

Si \_\_\_\_\_

No \_\_\_\_\_

8. ¿Cómo lo mejoraría?

---

---

## **Estudio de campo**

Para respaldar las soluciones propuestas en el proyecto, se realizaron encuestas con preguntas que aclararán la situación actual del negocio y aportarán valiosamente a la propuesta.

Las encuestas se realizaron dentro y fuera del centro comercial a dos grupos de personas, el primer grupo lo conforman los dueños de los locales comerciales y el segundo, los clientes y usuarios que lo frecuentan.

Se tomó en cuenta a estos dos grupos marcados ya que el primero podrá decirnos directamente qué es lo que a su parecer falta dentro del centro comercial, ya que pasan algunas horas al día dentro del mismo y tienen necesidades que aún no han sido satisfechas, así como su opinión en cuanto a los servicios de limpieza, seguridad, administración, etc.

Por otro lado, el grupo de los clientes podrá sugerir, según sus gustos y necesidades, cuáles piensan que son las carencias del centro comercial, los locales que más visitan y cómo calificarían su experiencia al visitarlo.

Cuarenta hombres y mujeres fueron escogidos para responder cada una de las encuestas.

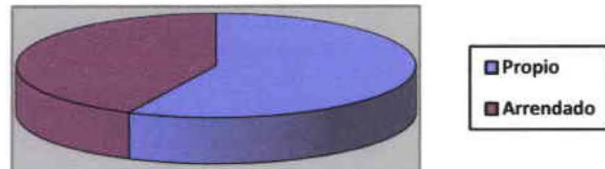
## **Resultados**

Al procesar los datos de las encuestas, los resultados obtenidos fueron los siguientes:

## ENCUESTA DUEÑOS DE LOCAL

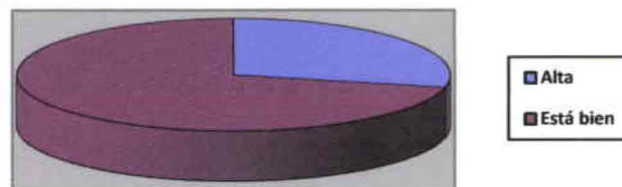
### 1. Su local es propio o arrendado?

Propio	Arrendado
57,14%	42,86%



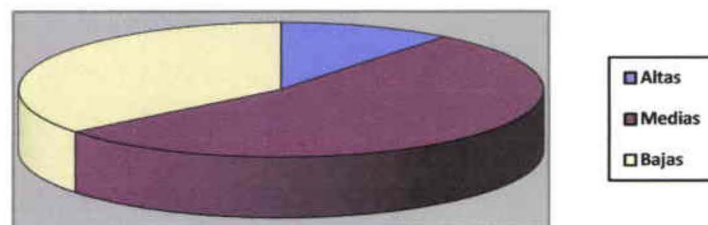
### 2. Piensa que la cuota de condómino es alta o está bien?

Alta	Está bien
28,57%	71,43%



### 3. Las ventas de su negocio en promedio son :

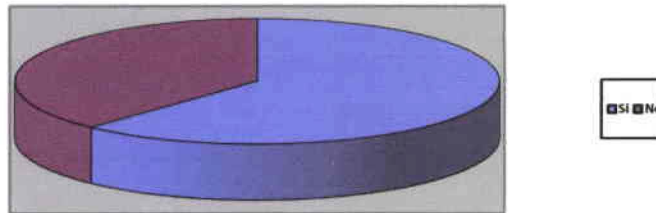
Altas	Medias	Bajas
10,71%	53,57%	35,71%



Manejar mejor la publicidad, escaparates, iluminación y servicios al cliente en general para llamar su atención al punto de venta y generar rentabilidad.

**4. Cree que los accesos al centro comercial son cómodos?**

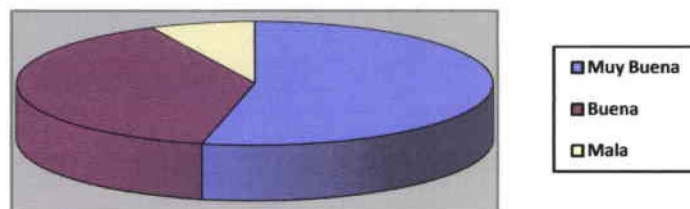
Si	No
62%	38%



Retirar las cabinas telefónicas que se ubican al lado derecho de la entrada principal, junto a las escaleras. Estas definitivamente reducen el espacio tanto visual como funcionalmente.

**5. Cómo calificaría la administración del centro comercial?**

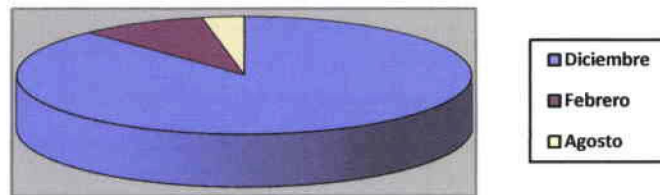
<b>Muy Buena</b>	<b>Buena</b>	<b>Mala</b>
<b>53,57%</b>	<b>39,29%</b>	<b>7,14%</b>



Realizar un constante mantenimiento del ascensor y poner iluminación en las áreas que lo requieran.

**6. En qué épocas hay más movimiento en ventas?**

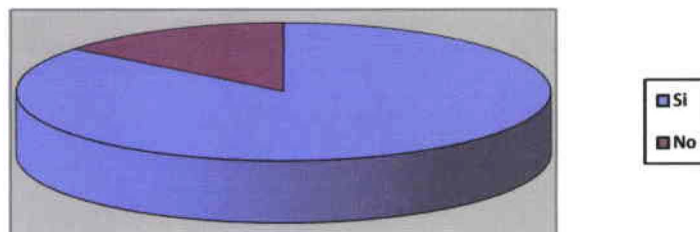
Diciembre	Febrero	Agosto
88%	9%	3%



Arquitectónicamente, dar opciones de cambios de imagen a los puntos de venta para que los apliquen en estos meses.

**7. Las vitrinas / escaparates son llamativos y adecuados para exponer los productos?**

Si	No
85,71%	14,29%



Los escaparates son cómodos en cuanto a dimensión, pero no iluminación, hay que dar tratamiento a los mismos para resaltarlos más.

**8. Cómo calificaría los servicios del centro comercial como limpieza, mantenimiento, etc?**

Muy Buenos	Regulares	Malos
8,42%	70,15%	21,43%

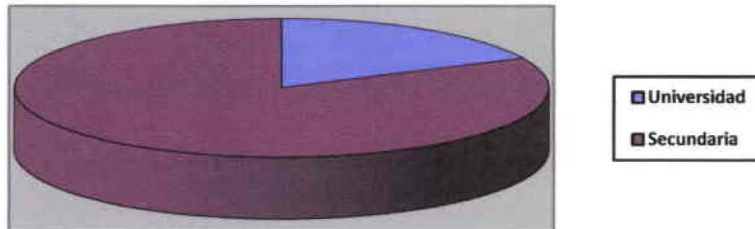


## ENCUESTA CLIENTES CENTRO COMERCIAL

El promedio de edad de las personas que contestaron a la encuesta oscila entre los 28 y 32 años de edad. Todos ellos usuarios del centro comercial.

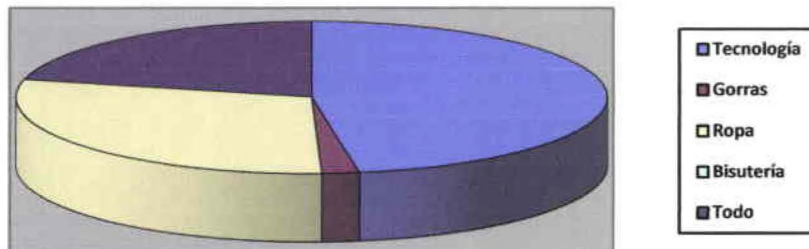
### 1. Nivel Académico

Universidad	Secundaria
18%	82%



### 2. Qué locales del centro comercial son los que usted más frecuenta?

Tecnología	Gorras	Ropa	Bisutería	Todo
47%	2%	29%	0.9%	21,1%

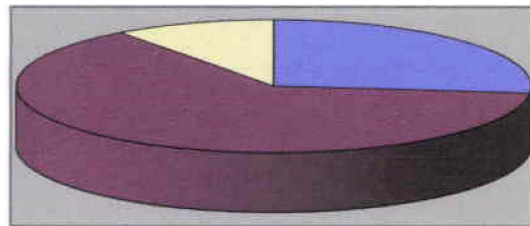




No es necesario retirar a todos los locales, sino darles un buen manejo y enfocarlos hacia la maximización del comercio.

### 3. En que horario acude al centro comercial?

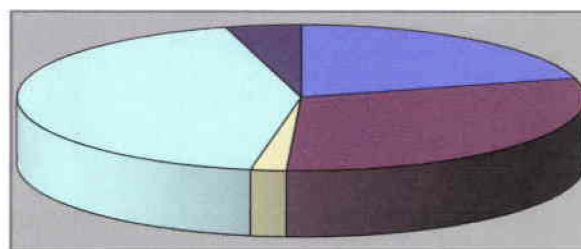
Mañana	Hora de Almuerzo	Noche
26,66%	63,18%	10,16%



Se ve una fuerte demanda de incluir instalaciones para alimentación, un patio de comidas donde exista variedad y espacio, en el último piso para que los olores no sean una molestia en el resto de negocios.

### 4. Por qué razón acude usted al centro comercial?

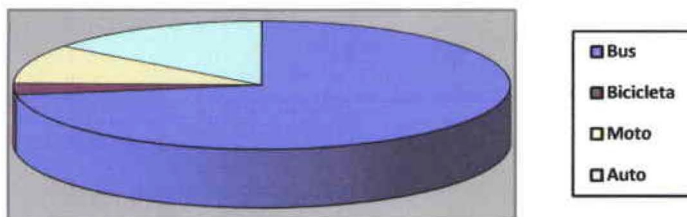
Cercanía	Precios	Seguridad	Variedad	Ambiente
20,77%	30,05%	2,03%	42,86%	4,29%



Mantener sobre todo la diversidad de negocios, seguir proyectando esa imagen de que se puede encontrar todo bajo el mismo techo.

### 5. En qué suele venir?

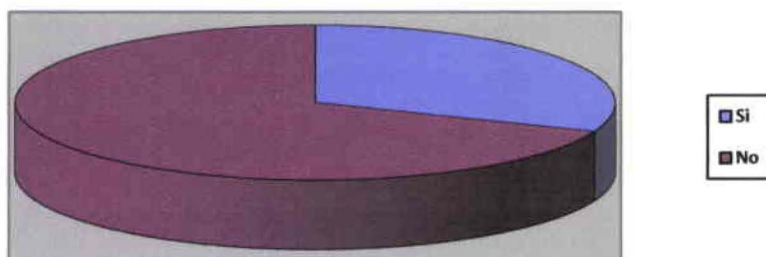
Bus	Bici/Moto	A pie	Auto
40%	2,91%	32,53%	14,72%



Hay que tomar en cuenta la cantidad de personas que van al centro comercial en bus o caminando y darles servicios como un hall de entrada espacioso, con bancas y salas de descanso. Para las motos y bicicletas señalización y plazas de parqueo adecuadas.

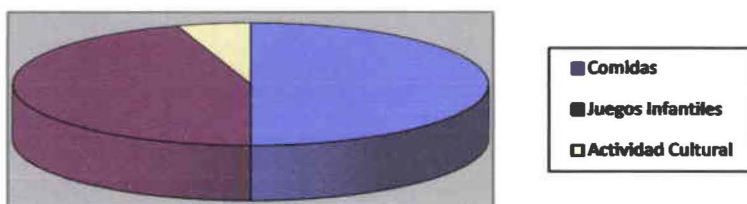
**6. Cree usted que al centro comercial le falta algún negocio en especial?**

Si	No
69%	31%



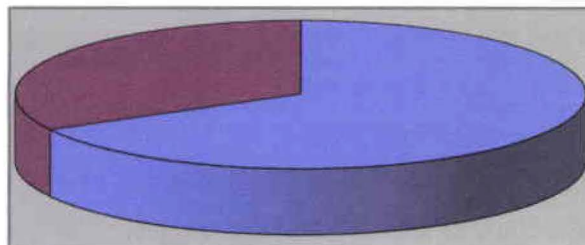
**6.1 Qué tipo de negocio?**

Comidas	Juegos Infantiles	Actividad Cultural
50%	45%	5%



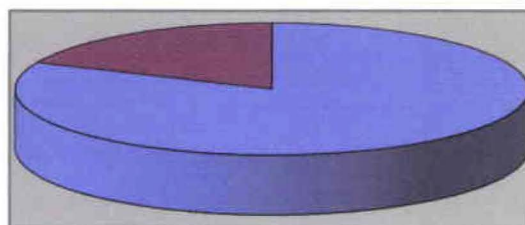
**7. Cómo calificaría su experiencia en el centro comercial “Espiral”?**

Muy Buena	Regular	Mala
33%	67%	0%



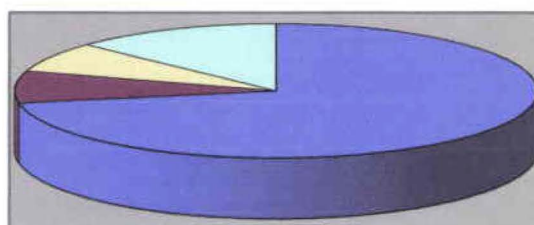
**8. Al ver el edificio desde afuera, parece un centro comercial?**

Si	No
81,58%	18,42%



**9. Cómo lo mejoraría?**

Fachada	Seguridad	Circulación	Recreación
72,08%	7,7%	7,3%	12,92%



Aplicar cambios a la fachada, ya que sus colores no son óptimos para llamar la atención de los clientes y la imagen que proyecta desde el exterior, puede reflejarse en los locales que se encuentran

dentro. Cuidar los detalles de la arquitectura interior, para que por dentro se vea un cambio notable y la gente sienta la necesidad de conocerlo.

### **Conclusiones de la Encuesta**

El dueño de uno de los locales que se encuentra muy cerca a la entrada principal, de ropa de bebés, afirma que el único acceso que tiene el "Espiral" se ha visto afectado por la presencia de la cafetería "Coffee Tree", inaugurada hace casi seis meses y ubicada en el hall exterior de entrada al centro comercial. Aunque las ventas en este local son altas, y ha llamado la atención del público por su modalidad de atención las 24 horas, algunos de los condóminos no comparten la decisión de la administración de permitir su presencia en dicho espacio ya que lo reduce visualmente. Otro factor de disgusto para los dueños son las cabinas telefónicas que se ubican al lado derecho de la entrada principal, junto a las escaleras. Éstas definitivamente reducen el espacio tanto visual como funcionalmente.

Una solución efectiva al problema es dejar totalmente abierta el área de ingreso, ubicar las cabinas telefónicas en un local determinado y aumentar su capacidad para satisfacer la demanda que existe por parte de los clientes.

Es importante integrar la cafetería que actualmente se encuentra en el hall de entrada, al proponer su entrada desde el interior del centro comercial, éste se verá beneficiado y la entrada será más limpia, amplia y acogedora. Al retirar la cafetería de este lugar se podrá abrir un nuevo ingreso, el mismo que llevará a un banco.

En cuanto a los servicios que ofrece el centro comercial, como la limpieza y el mantenimiento, la mayor parte de propietarios respondió que éstos eran regulares, sin duda alguna, el deterioro de lugares

importantes como el baño son muy notorios. Antes que nada, este servicio debería ser, como en todas partes, un servicio gratuito, y debido al flujo de gente que tiene, siempre debe estar en buen estado, ya que algunas personas entran únicamente para usarlo y se convierte en una carta de presentación.

Aún cuando cada uno de los locales cuenta con su propio baño, las baterías sanitarias generales del centro comercial, que se ubican en el segundo subsuelo, pueden no ser suficientes para abastecer a todos los usuarios.

Por otro lado, las encuestas realizadas a la clientela del centro comercial dieron resultados bastante sorprendentes, que lograrán repercutir de manera positiva en el desarrollo de la propuesta ya que son los propios usuarios quienes manifiestan sus preferencias y necesidades.

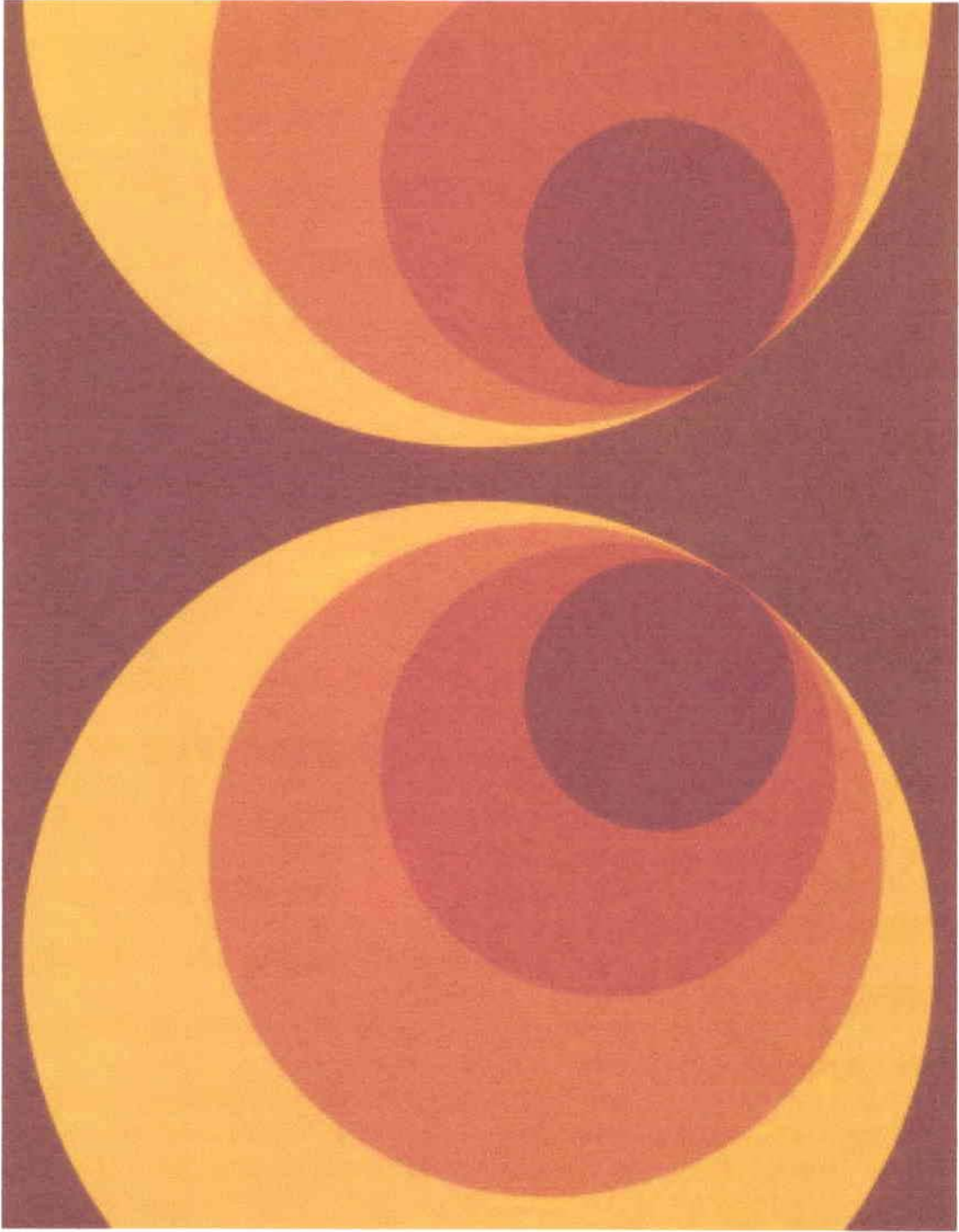
De las cuarenta personas entrevistadas, entre 18 y 32 años, todos ellos con estudios universitarios, se pudo determinar que los negocios que tienen más movimiento en ventas son los de tecnología y películas, le siguen los de ropa y una alta cantidad de usuarios opinó que no todos los locales son útiles, dando a entender que es necesario retirar algunos, dar un buen manejo a los nuevos y enfocarlos hacia la maximización del comercio.

Al preguntar la hora del día que presenta más usuarios dentro de la edificación, la hora del almuerzo es definitivamente la más importante, es por esto que se ve una fuerte demanda de incluir instalaciones para alimentación, un patio de comidas donde exista variedad y espacio, correctamente ubicado para que los olores no sean una molestia en el resto de negocios, como ocurre actualmente con la marisquería que ocupa parte del primer subsuelo, ésta es constantemente criticada por el resto de dueños de locales vecinos, que piensan que la ventilación no es suficiente y perjudica de una u otra manera a sus negocios.

Es necesario, ahora que la propuesta incluye un patio de comidas, crear nuevas baterías sanitarias y ubicarlas en uno de los pisos superiores, por su cercanía a la zona de alimentos.

Para concluir, se puede decir que la primera impresión que deja el centro comercial visto desde afuera tiene para algunos la imagen de un edificio de parqueaderos, mientras que otros sí lo identifican como lo que es. Uno de los aspectos que definitivamente debe ser tomado en cuenta a la hora de realizar cambios es la fachada, ya que sus colores no son óptimos para llamar la atención de los clientes y la imagen que proyecta desde el exterior puede reflejarse en los locales y servicios que se encuentran dentro.




Definitivamente la luz es un elemento vital para rescatar al Centro Comercial, es por esto que en la fachada se debe incluir ventanería o entradas de luz que aporten tanto al interior como al exterior, puesto que por las mismas ventanas se podrá ver los pasillos de circulación y el movimiento de usuarios dentro, llamando así la atención de peatones y automóviles que circulan por los alrededores.



Catalogo

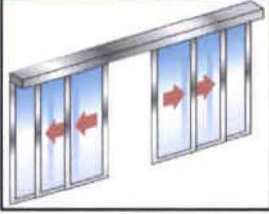
## AREAS COMUNALES

### HALL DE INGRESO



PISO					
CÓDIGO	MATERIAL	ESPECIFICACIÓN	CANTIDAD	UBICACIÓN	DETALLE
P1-C	Porcelanato Travertino veteadado	Color Arena. De alto tráfico y antideslizante. Colocado por medio de pegamentos especiales de baja absorción o mortero de cemento y cal. Formato de 1,20 x 1,20.	74,11 m <sup>2</sup>	Hall de ingreso	
CIELO RASO					
CÓDIGO	MATERIAL	ESPECIFICACIÓN	CANTIDAD	UBICACIÓN	DETALLE
CR1-A	Gypsum	Cielo Raso descolgado color blanco con manguera de luz que rodea el contorno interno. Formas rectas que simulan ramas, 60 cm x 12 cm x 3 mm de espesor.	24 m <sup>2</sup>	Hall de ingreso	
REVESTIMIENTO					
CÓDIGO	MATERIAL	ESPECIFICACIÓN	CANTIDAD	UBICACIÓN	DETALLE
R1	Pintura Trop Marfil	Pintura Trop Marfil (35A - 2P) con resinas sintéticas. Estucada. Acabado brillante, efecto estuco veneciano. Colección Caricias de Condor.	42,27 m <sup>2</sup>	Hall de ingreso	




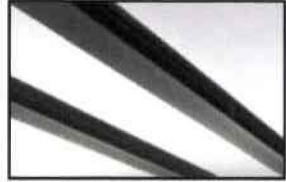
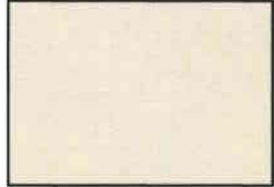
**PUERTAS**

CÓDIGO	MATERIAL	ESPECIFICACIÓN	CANTIDAD	UBICACIÓN	DETALLE
CP1-A	Vidrio templado de 8 mm de espesor	Puertas de apertura automática mediante sensores de movimiento. Cerraduras cromadas ubicadas en los bordes superior e inferior. Dimensiones: 1m x 2,20 m cada una.	1	Ingreso al Centro Comercial	


**ILUMINACIÓN**

CÓDIGO	MATERIAL	ESPECIFICACIÓN	CANTIDAD	UBICACIÓN	DETALLE
L1	Manguera de luz incandescente	Iluminación ambiental. Ubicada en el contorno del gypsum diseñado a medida de los pasillos mediante grapas especiales adheribles al yeso.	64,33 m	Hall de Ingreso	
L2	Ojo de buey	Aro dirigible de bola, diámetro interior: 7,6 cm, anclaje: 8 cm, diámetro exterior: 10,5 cm. Luz halógena 50 W, con reflector de aluminio.		Hall de Ingreso	



**CIRCULACIÓN**

<b>PISO</b>					
<b>CÓDIGO</b>	<b>MATERIAL</b>	<b>ESPECIFICACIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>UBICACIÓN</b>	<b>DETALLE</b>
<b>P1-C</b>	Porcelanato Travertino veteadado	Color Arena. De alto tráfico y antideslizante. Colocado por medio de pegamentos especiales de baja absorción o mortero de cemento y cal. Formato de 1,20 x 1,20.	162,26 m2 por piso, 1298,08 m2 en total	Pasillos de Circulación Principal	
<b>CIELO RASO</b>					
<b>CÓDIGO</b>	<b>MATERIAL</b>	<b>ESPECIFICACIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>UBICACIÓN</b>	<b>DETALLE</b>
<b>CR1-A</b>	Gypsum	Cielo Raso descolgado color blanco con manguera de luz que rodea el contorno interno. Formas rectas que simulan ramas, 60 cm x 12 cm x 3 mm de espesor.	114,55 m2 por piso, 916,40 m2 en total	Pasillos de Circulación Principal	
<b>REVESTIMIENTO</b>					
<b>CÓDIGO</b>	<b>MATERIAL</b>	<b>ESPECIFICACIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>UBICACIÓN</b>	<b>DETALLE</b>
<b>R2</b>	Pintura Worn White	Pintura Worn White (49A - 2P) con resinas sintéticas. Estucada. Efecto liso. Colección Condortrend de Condor.	108,48 m2 por piso, 867,84 m2 en total	Pasillos de Circulación Principal	

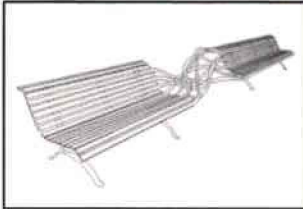
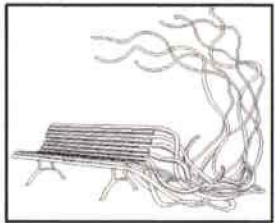
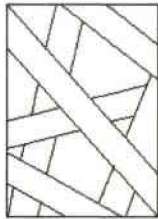
**VENTANERÍA EN LOCALES**

CÓDIGO	MATERIAL	ESPECIFICACIÓN	CANTIDAD	UBICACIÓN	DETALLE
V1	Vidrio y Aluminio	Sistema de ventanas formado por perfiles de aluminio ensamblados a través de varillas aislantes de poliamida, reforzadas con un 25% de fibra de vidrio. Vidrio templado de 4mm de espesor.	138,73 m2 por piso, 949,84 en total	Pasillos de Circulación Principal	

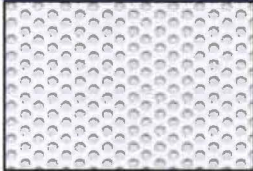

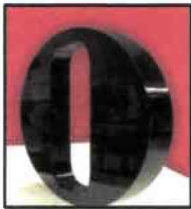

**ILUMINACIÓN**



CÓDIGO	MATERIAL	ESPECIFICACIÓN	CANTIDAD	UBICACIÓN	DETALLE
L2	Ojo de buey	Aro dirigible de bola, diámetro interior: 7,6 cm, anclaje: 8 cm, diámetro exterior: 10,5 cm. Luz halógena 50 W, con reflector de aluminio.		Pasillos de Circulación Principal	
L1	Manguera de luz incandescente	Iluminación ambiental. Ubicada en el contorno del gypsum diseñado a medida de los pasillos mediante grapas especiales adheribles al yeso.	153,54 m por piso, 1228,32 en total	Pasillos de Circulación Principal	

**MOBILIARIO**


<b>CÓDIGO</b>	<b>MATERIAL</b>	<b>ESPECIFICACIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>UBICACIÓN</b>	<b>DETALLE</b>
<b>M1 (bancas)</b>	MDF Postformado	Planchas de MDF de 4,30 mts de largo x 10 cm de ancho x 2,5 cm de espesor. Termoformadas mediante maquinaria que funciona con calor y atornilladas a la estructura metálica de las patas. Double Spaghetti bench.	5	Pasillos de Circulación Internos	
<b>M2 (bancas)</b>	MDF Postformado	Planchas de MDF de 3,5 mts de largo x 10 cm de ancho x 2,5 cm de espesor. Termoformadas mediante maquinaria que funciona con calor y atornilladas a la estructura metálica de las patas. Spaghetti bench	9	Pasillos de Circulación Internos	
<b>M3 (basureros)</b>	MDF	Planchas de MDF de 80 cm de largo x 10 cm de ancho x 2 cm de espesor. Ubicadas de manera diagonal. Termoformadas y atornilladas a un aro de MDF en la parte superior e inferior.	24	Pasillos de Circulación Internos y Principales	

**CARTELISMO, SEÑALÉTICA Y ROTULACIÓN.**


<b>CÓDIGO</b>	<b>MATERIAL</b>	<b>ESPECIFICACIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>UBICACIÓN</b>	<b>DETALLE</b>
<b>SE1-A</b>	Microperforado	Rótulación en ventanería con impresión de lámina microperforada. Dimensiones: desde 2,00 x 2,60 hasta 4,20 x 2,60		Señalado en los planos de codificación	
<b>RO1-A</b>	Letras de Canal	Letras de Canal o logotipos, generalmente con cantos de aluminio que pueden llevar luz directa o indirecta		Señalado en los planos de codificación	
<b>RO1-B</b>	Letras corpóreas de aluminio	Letras corpóreas de aluminio pintadas al horno, con diferentes acabados: lisos, texturados, mates, brillantes, etc. Retroiluminadas con neón del color que se desee. Profundidad de 12 cm y altura de 50 a 80 cm.		Señalado en los planos de codificación	
<b>RO1-C</b>	Letras corpóreas de metacrilato	Letras corpóreas de metacrilato iluminadas interiormente con neón del color que se desee. Cortadas y moldeadas a la medida. Profundidad de 12 cm y altura de 50 a 80 cm.		Señalado en los planos de codificación	

SE1-B	Madera perforada y luz	Para directorios generales. Planchas para enchape en madera de caoba, perforadas con moldes de letras. Capa de acrílico de 2mm de espesor e iluminación interna por medio de leds fluorescentes. 80 x 45 cm	9	Junto a la salida hacia las gradas de emergencia. Uno en cada piso.	
SE1-C	Vidrio y adhesivo	Pictogramas informativos de las salidas de emergencia. Vidrio templado de 4 mm, dibujo en papel adhesivo realizado en un plotter de corte e iluminación con leds verdes.	33	En 3 estaciones en cada piso, una de ellas frente a los elevadores	


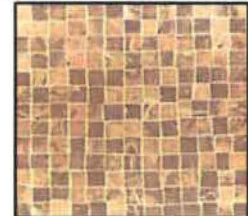
### BATERÍAS SANITARIAS

PISO					
CÓDIGO	MATERIAL	ESPECIFICACIÓN	CANTIDAD	UBICACIÓN	DETALLE
P2-C	Porcelanato	Porcelanato de exportación en tono alicante, formatos de 60 x 60 cm. Colección kerámicos	152,24 m2	Baños 1er subsuelo y 4to piso.	

**CIELO RASO**

<b>CÓDIGO</b>	<b>MATERIAL</b>	<b>ESPECIFICACIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>UBICACIÓN</b>	<b>DETALLE</b>
<b>CR2-A</b>	Gypsum	Molde de yeso rectangular sobre los lavamanos. Perforado para ubicación de las luminarias, en este caso los ojos de buey.	26,84 m2	Baterías Sanitarias	

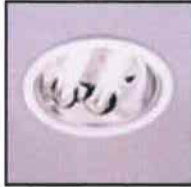

**REVESTIMIENTO**

<b>CÓDIGO</b>	<b>MATERIAL</b>	<b>ESPECIFICACIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>UBICACIÓN</b>	<b>DETALLE</b>
<b>R3</b>	Porcelanato	Porcelanato de exportación en tono alicante, formatos de 60 x 60 cm. Utilizado también en paredes, hasta la altura de 90 cm.	100,72 m2	Baterías Sanitarias	
<b>R4</b>	Mosaico de cerámica	Mosaico en colores tierra de la colección 2009 de Graiman. Baldosas pequeñas en formatos de 12 cm x 12 cm.	79,60 m	Baterías Sanitarias	

**PUERTAS**


CÓDIGO	MATERIAL	ESPECIFICACIÓN	CANTIDAD	UBICACIÓN	DETALLE
CP2-A	Tamborada con revestimiento de madera.	Puerta abatible tamborada de MDF de 5mm de espesor y revestimiento de enchape en color haya. Cerradura de manija cromada llave-botón. Dimensiones:0,90mx2,10 m.	23	Baterías Sanitarias	

**ILUMINACIÓN**


CÓDIGO	MATERIAL	ESPECIFICACIÓN	CANTIDAD	UBICACIÓN	DETALLE
L3	Ojos de buey - luz blanca - 15 Watts de potencia	Lámpara halógena de tungsteno, con una bombilla de cuarzo q contiene una pequeña cant. de halógeno q se evapora al ser calentado y deposita las partículas evaporadas sobre el filamento.	40	Baterías Sanitarias	
L4	Aro Dicroico dirigible incandescente	Aro ecualizable con bombillo dicroico de 12V. Perforación de 7cm y altura libre de 5 cm. Acabado en color plateado con efecto cromado.	24	Baterías Sanitarias	




**PIEZAS SANITARIAS**

<b>CÓDIGO</b>	<b>MATERIAL</b>	<b>ESPECIFICACIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>UBICACIÓN</b>	<b>DETALLE</b>
<b>PS</b>	Cerámica	Sanitario de tanque oculto	38	Baterías Sanitarias y baños de los locales	

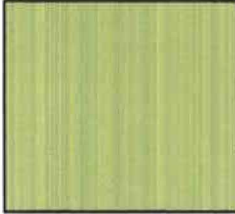

**OFICINAS**

<b>PISO</b>					
<b>CÓDIGO</b>	<b>MATERIAL</b>	<b>ESPECIFICACIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>UBICACIÓN</b>	<b>DETALLE</b>
<b>P3-C</b>	Piso Flotante	Laminas de piso flotante de 16 cm x 1,80 mts ensambladas a presión con tabiquería bajo la misma. Coloración de madera de roble castaño claro.	116,84 m2	Area Administrativa	


**CIELO RASO**

<b>CÓDIGO</b>	<b>MATERIAL</b>	<b>ESPECIFICACIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>UBICACIÓN</b>	<b>DETALLE</b>
<b>CR3-B</b>	Gypsum	Planchas de gypsum (yeso y escayola) en formas rectangulares y cuadradas, perforada para las luminarias puntuales.	67,76 m2	Sala de Espera, sala de juntas y oficinas	


**REVESTIMIENTO**

CÓDIGO	MATERIAL	ESPECIFICACIÓN	CANTIDAD	UBICACIÓN	DETALLE
R5	Pintura Winter's Edge	Pintura Winter's Edge (48B - 1P) con resinas sintéticas. Estucada. Efecto liso. Colección Armonía de Condor.	102,83 m2	Pared principal sala de espera y paredes corredor.	
R6	Papel Tapiz	Papel Tapiz green rose, de Walter Mayer, colores bajos. Tercero en la escala. Formato en rollos de 15 mts x 60 cm.	1 rollo	Pared secundaria sala de espera	

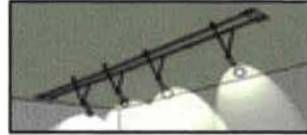

**PUERTAS**

CÓDIGO	MATERIAL	ESPECIFICACIÓN	CANTIDAD	UBICACIÓN	DETALLE
CP3-B	Tamborada con revestimiento de madera.	Puerta abatible enchapada con diseños en la distribución del enchape en un solo plano. Lacada. Dimensiones:0,90mx2,10 m.	8	Ingreso al área administrativa y oficinas.	


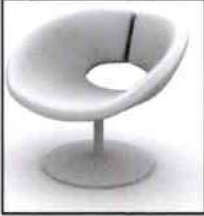

**VENTANAS**

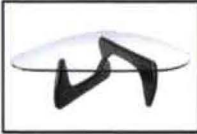



CÓDIGO	MATERIAL	ESPECIFICACIÓN	CANTIDAD	UBICACIÓN	DETALLE
V2	Vidrio Esmerilado y Aluminio	Sistema de ventanas formado por perfiles de aluminio ensamblados a través de varillas aislantes de poliamida, reforzadas con un 25% de fibra de vidrio.	12,94 m2	Pasillos de Circulación Principal	

**ILUMINACIÓN**

CÓDIGO	MATERIAL	ESPECIFICACIÓN	CANTIDAD	UBICACIÓN	DETALLE
L5	Dicroico dirigible incandescente en riel.	Iluminación puntual para cuadros y baño de pared. Dicroicos de 15 W de potencia, sobre riel, ubicados cada 1,20 mts. Dirigibles.	2 rieles	Sala de Espera, Recepción y Pasillo.	
L6	Plafones de pared y techo	Iluminación ambiental. Aplique de pared Diseño de Miss Baba para Amperbar, de madera curva de cobre, metacrilato y metal satinado.	Pared: 3 Techo: 2	Pasillo, hall de ingreso al área administrativa y oficinas	

**MOBILIARIO**



<b>CÓDIGO</b>	<b>MATERIAL</b>	<b>ESPECIFICACIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>UBICACIÓN</b>	<b>DETALLE</b>
<b>M4</b>	Esponja, Tapiz y Metal.	Sillón esquinero. 3 puestos en tapiz de rafia. Color neutro, beige, desenfundable para cambiar forros. Patas en metal cromado. Estructura de madera de wengué.	1	Sala de espera, área administrativa	
<b>M5</b>	Esponja, Tapiz y Metal.	Poltrona 1 puesto. Tapizada. Pata en metal cromado. Estructura metálica en el asiento.	2	Sala de espera, área administrativa	
<b>TE1</b>	Tapiz	Tapiz con diseño floral para los cojines del sillón esquinero y las dos poltronas.	4 mts	Sala de espera, área administrativa	

M6	Vidrio y Metal	Mesa central sala de espera. Vidrio templado y madera maciza de wengue. Diseño de Noguchi.	1	Sala de espera, área administrativa	
M7	Metal	Silla ejecutiva gerencial de piel natural. Altura regulable. Ancho 50 cm y profundidad 50 cm. Con ruedas para mayor movilidad.	12	Oficinas y Sala de Juntas	
TE2	Cuero	Piel anilizada en color tauro morocco. Grosor de calidad ISO, 5mm, texturizada y con vetas.	18 mts	Oficinas y Sala de Juntas	
M8	MDF Laminado, melamínico y placa de metal.	Escritorio con estación de trabajo, cajoneras y basurero. Tablero de MDF enchapado con melamínico, colores a escoger. Patas en MDF enchapado en madera de wengué y tablero frontal para esconder las cajoneras consta de una placa de metal perforado y con acabado mate.	3	Oficinas	


**ZONA COMERCIAL  
SEGUNDO SUBSUELO**

**PELUQUERÍA**


<b>PISO</b>					
<b>CÓDIGO</b>	<b>MATERIAL</b>	<b>ESPECIFICACIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>UBICACIÓN</b>	<b>DETALLE</b>
<b>P5-CM</b>	Microcemento alisado Blanco/ Gris.	Revestimiento cementicio aplicado con llana, juntas de dilatación de 5 mm. Color Blanco. Alto tráfico y antideslizante.	98,18 m2	Peluquería	
<b>CIELO RASO</b>					
<b>CÓDIGO</b>	<b>MATERIAL</b>	<b>ESPECIFICACIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>UBICACIÓN</b>	<b>DETALLE</b>
<b>CR5-A</b>	Tensoflex	Formas orgánicas que representen movimiento y dinamismo al local. Iluminación de la misma con luz fluorescente ubicada bajo el tensoflex.	38,31 m2	Sala de espera y salas de atención peluquería	
<b>REVESTIMIENTO</b>					
<b>CÓDIGO</b>	<b>MATERIAL</b>	<b>ESPECIFICACIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>UBICACIÓN</b>	<b>DETALLE</b>
<b>R9</b>	Pintura Lake Placid	Pintura Lake Placid (59B - 2T) con resinas sintéticas. Pared estucada y alisada. Colección Armonía de Condor.	22,5 m2	Pared Principal sala de espera.	

R10	Pintura Airy	Pintura Airy (67A - 2P) con resinas sintéticas. Pared estucada y alisada. Colección Elementos de Condor.	26,89 m2	Paredes secundarias sala de espera y zona de lavado.	
R11	Papel Tapiz	Papel Tapiz vertical carnaval, de Walter Mayer. Quinto en la escala de colores. Formato en rollos de 15 mts x 60 cm.	2 rollos	Pared divisoria entre sala de espera y cubículos de atención.	


#### PUERTAS

CÓDIGO	MATERIAL	ESPECIFICACIÓN	CANTIDAD	UBICACIÓN	DETALLE
CP5-B	Vidrio templado y visagras cromadas	Puerta abatible de 1,00 mts x 2,10 mts. En vidrio esmerilado de 6 líneas. Cerradura cromada en la parte inferior.	1	Ingreso a la peluquería	



#### VENTANAS

CÓDIGO	MATERIAL	ESPECIFICACIÓN	CANTIDAD	UBICACIÓN	DETALLE
V2	Vidrio Esmerilado y Aluminio	Vidrio de 4 mm de grosor, con terminado esmerilado translúcido. Perfilera de ventana en aluminio cromado de 2 mm de espesor.	12,94 m2	Sala de lavado peluquería	


**ILUMINACIÓN**

CÓDIGO	MATERIAL	ESPECIFICACIÓN	CANTIDAD	UBICACIÓN	DETALLE
L7	Tubos de luz fluorescente	Luz ambiental, por medio de luz fluorescente ubicada bajo el diseño de la perfilería de aluminio y la tela de tensoflex.	8	Bajo el diseño de cielo raso.	


**MOBILIARIO**

CÓDIGO	MATERIAL	ESPECIFICACIÓN	CANTIDAD	UBICACIÓN	DETALLE
M9	Fibra de Vidrio	Bancas para tres personas en fibra de vidrio postformada y pintada al horno en color celeste y blanco para contrastar con el papel tapiz.	2	Sala de Espera	
M10	Plástico postformado, estructura de soporte en metal	Silla para lavar el cabello. Base en estructura metálica, asiento en plástico postformado y cojines de espaldar y asiento en esponja forrada con tapiz impermeable.	2	Sala de lavado de cabello	

**CARTELISMO, SEÑALÉTICA Y ROTULACIÓN.**

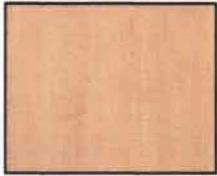

CÓDIGO	MATERIAL	ESPECIFICACIÓN	CANTIDAD	UBICACIÓN	DETALLE
SE1-B	Microperforado	Rótulación en ventanería con impresión de lámina microperforada. Dimensión: 3,00 mts x 3,27 mts	1	Escaparate local	








<b>RO1-C</b>	Letras corpóreas de metacrilato	Letras corpóreas de metacrilato iluminadas interiormente con neón del color que se desee. Cortadas y moldeadas a la medida y estilo de letra que se escoja. Profundidad de 12 cm y altura de 50 a 80 cm.	1 rótulo	Ingreso al local	
--------------	---------------------------------	--	----------	------------------	---

## PLANTA BAJA

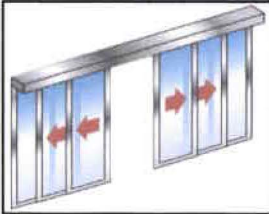

### CAFETERÍA (INTERIOR)

<b>PISO</b>					
<b>CÓDIGO</b>	<b>MATERIAL</b>	<b>ESPECIFICACIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>UBICACIÓN</b>	<b>DETALLE</b>
<b>P8-CM</b>	Piso flotante	Laminas de piso flotante de 16 cm x 1,80 mts ensambladas a presión con tabiquería bajo la misma. Tonalidad en madera de haya	50,27 m2	Zona interior de atención a los clientes	
<b>P9-CM</b>	Porcelanato	Porcelanato antideslizante con textura de arena en tono piedra lavada. Formato de 60 cm x 60 cm.	6,81 m2	Cocina	


<b>P10-CM</b>	Baldosa	Baldosa en color marquesina, antideslizante, juntas de dilatación de 4mm. Formato desde 30 cm x 30 cm.	8,32 m2	Baño hombres y mujeres cafetería	
<b>CIELO RASO</b>					
<b>CÓDIGO</b>	<b>MATERIAL</b>	<b>ESPECIFICACIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>UBICACIÓN</b>	<b>DETALLE</b>
<b>CR7-A</b>	Tensoflex	Estructuras metálicas de aluminio perfilado cubiertos con fibra plástica sintética para crear cubos colgantes iluminados que caen del techo gracias a un cable tensor.	11.9 m2	Zona interior cafetería	
<b>REVESTIMIENTO</b>					
<b>CÓDIGO</b>	<b>MATERIAL</b>	<b>ESPECIFICACIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>UBICACIÓN</b>	<b>DETALLE</b>
<b>R15</b>	Piedra	Revestimiento de piedra artificial aplicado a la pared principal de la cafetería mediante bondex.	11,46 m2	Pared junto a la cocina y pared junto a la salida del baño de mujeres	
<b>R16</b>	Pintura	Pintura Tropic Tan (34B - 2T) con resinas sintéticas. Pared estucada y alisada. Colección Condortrend de Condor.	47,34 m2	Paredes secundarias del interior de la cafetería	

<b>R17</b>	Granito topazio	Revestimiento de los mesones y áreas de trabajo dentro de la cocina en granito color topazio cortado a medida.	2,72 m2	Mesón de cocina	
------------	-----------------	--	---------	-----------------	---




**PUERTAS**

<b>CÓDIGO</b>	<b>MATERIAL</b>	<b>ESPECIFICACIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>UBICACIÓN</b>	<b>DETALLE</b>
<b>CP1-A</b>	Vidrio templado de 8 mm de espesor	Puertas de apertura automática mediante sensores de movimiento. Cerraduras cromadas ubicadas en los bordes superior e inferior. Dimensiones: 1m x 2,20 m cada una.	1	Ingreso a la Cafetería	
<b>CP5-A</b>	Tamborada con revestimiento de madera.	Puerta abatible tamborada de MDF de 5mm de espesor y revestimiento de enchape en color haya. Cerradura de manija cromada llave-botón. Dimensiones:0,90mx2,10 m.	2	Ingreso a los baños	


**VENTANAS**


<b>CÓDIGO</b>	<b>MATERIAL</b>	<b>ESPECIFICACIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>UBICACIÓN</b>	<b>DETALLE</b>
<b>V1</b>	Vidrio Templado y Aluminio	Perfilería de Aluminio de 2 mm de espesor, cromada. Vidrio templado de 4mm de espesor.	12,61 m2	Vitrinas del local	

**ILUMINACIÓN**



CÓDIGO	MATERIAL	ESPECIFICACIÓN	CANTIDAD	UBICACIÓN	DETALLE
L9	Vidrio, cable tensor de 1/2 pulg de espesor	Bombilla reflectora colgante de iluminación puntual, altura regulable gracias al cable tensor. De 100 Watts de potencia.	8	Sobre cada mesa de la cafetería	
L10	Fibra de Vidrio	Lampara de techo Amoeba diseñada por The simple light. Dimensión: 45 cm de largo. Fabricada en fibra de vidrio y revestida con una capa de pintura esmaltada	3	Zona interior de atención a los clientes	
L11	Plafones, luz fluorescente	Plafones diseñados por Vibia, lacados en color blanco o negro, en este caso se utilizará el blanco. Uso de luz fluorescente.	2	Cocina cafetería	

**MOBILIARIO**



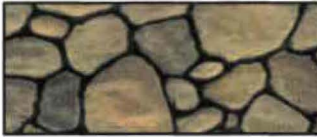
CÓDIGO	MATERIAL	ESPECIFICACIÓN	CANTIDAD	UBICACIÓN	DETALLE
M13	Metal, esponja y tela	Sillas fabricadas en tubos de acero inoxidable de terminado brillante. Espaldar de metal a manera de trama. Cojin de asiento en y tapiz de tela impermeable.	23	Zona interior de atención a los clientes	

M14	Vidrio y metal	Mesas fabricadas en vidrio de 8 mm de grosor, pata central en tubo hueco de acero inoxidable y base en acero de 6 mm de espesor. Dimensiones de 90 cm x 90 cm	11	Zona interior de atención a los clientes	
-----	----------------	---	----	--	---


**CARTELISMO, SEÑALÉTICA Y ROTULACIÓN.**

CÓDIGO	MATERIAL	ESPECIFICACIÓN	CANTIDAD	UBICACIÓN	DETALLE
RO1-C	Letras corpóreas de metacrilato	Letras corpóreas de metacrilato iluminadas interiormente con neón del color que se desee. Cortadas y moldeadas a la medida y estilo de letra que se escoja. Profundidad de 12 cm y altura de 50 a 80 cm.	1 rótulo	Ingreso al local	
SE2-C	Acrílico y Sintra	Pictograma informativo para baño de hombres y mujeres	1	Ingreso a los baños	


## TIENDA DE BICICLETAS

PISO					
CÓDIGO	MATERIAL	ESPECIFICACIÓN	CANTIDAD	UBICACIÓN	DETALLE
P12-CM	Vinil estampado	Vinil estampado con textura rugosa. Adhesivo, de fácil instalación. Formato en roolos de 1,00 mts x 15 mts.	80,92 m2	Sala de ventas bicicletas	
CIELO RASO					
CÓDIGO	MATERIAL	ESPECIFICACIÓN	CANTIDAD	UBICACIÓN	DETALLE
CR8-A	Tensoflex	Estructuras circulares de metal a manera de aros con diferentes diámetros, suspendida del techo. La iluminación en este caso, está dentro de los aros.	6,53 m2	Sala de ventas bicicletas	
REVESTIMIENTO					
CÓDIGO	MATERIAL	ESPECIFICACIÓN	CANTIDAD	UBICACIÓN	DETALLE
R19	Piedra de río	Piedra de río natural, pegada a las paredes por medio de bondex, para dar un estilo más rústico y de naturaleza al local.	43,11 m2	Pared tras el counter y pared principal del nivel más bajo.	


**PUERTAS**

CÓDIGO	MATERIAL	ESPECIFICACIÓN	CANTIDAD	UBICACIÓN	DETALLE
CP4-A	Vidrio y Acero	Puertas abatibles de vidrio templado de 8mm de espesor, con acero en las manijas y en las visagras. Cerraduras horizontales de metal cromado en la parte inferior de cada puerta.	1	Ingreso al local	


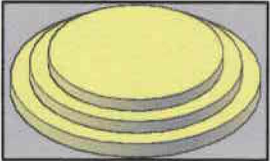
**VENTANAS**

CÓDIGO	MATERIAL	ESPECIFICACIÓN	CANTIDAD	UBICACIÓN	DETALLE
V1	Vidrio Templado y Aluminio	Perfilería de Aluminio de 2 mm de espesor, cromada. Vidrio templado de 4mm de espesor.	12,42 m2	Vitrinas del local	



**ILUMINACIÓN**

CÓDIGO	MATERIAL	ESPECIFICACIÓN	CANTIDAD	UBICACIÓN	DETALLE
L7	Tubos de luz fluorescente	Luz ambiental, por medio de luz fluorescente ubicada bajo el diseño de la perfilería de aluminio y la tela de tensoflex.		Bajo el diseño de cielo raso.	

**MOBILIARIO**



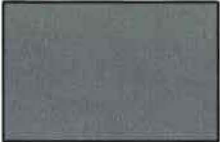
CÓDIGO	MATERIAL	ESPECIFICACIÓN	CANTIDAD	UBICACIÓN	DETALLE
M15	Fibra de Vidrio	Maniquí de estructura en fibra de vidrio y pintura blanca al horno.(cód. L555) Colgado mediante una cuerda tensora para escalar.	2	Escaparate y sala de ventas	
M16	Acrílico Translúcido y Luz	Base circular con 3 niveles en acrílico translúcido para colocar luz debajo. Servirá de soporte para colocar los diferentes modelos de bicicletas.	5	Sala de ventas	


**CARTELISMO, SEÑALÉTICA Y ROTULACIÓN.**

CÓDIGO	MATERIAL	ESPECIFICACIÓN	CANTIDAD	UBICACIÓN	DETALLE
SE1-A	Microperforado	Rótulación en ventanería con impresión de lámina microperforada. Dimensión: 0.85 cm x 2,72 mts	1 rótulo	Escaparate local	
RO1-C	Letras corpóreas de metacrilato	Letras corpóreas de metacrilato iluminadas interiormente con neón del color que se desee. Cortadas y moldeadas a la medida. Profundidad de 12 cm y altura de 50 a 80 cm.	1 rótulo	Ingreso al local	





**SEGUNDO PISO****TIENDA ROPA DE BEBE DE 0 A 3 AÑOS**


<b>PISO</b>					
<b>CÓDIGO</b>	<b>MATERIAL</b>	<b>ESPECIFICACIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>UBICACIÓN</b>	<b>DETALLE</b>
<b>P14-CM</b>	Alfombra	Alfombra de medio bucle en tono turquesa oscuro. Cortada a medida. Instalación mediante pegamento aislante o clavos.	44,40 m2	Sala de ventas	
<b>CIELO RASO</b>					
<b>CÓDIGO</b>	<b>MATERIAL</b>	<b>ESPECIFICACIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>UBICACIÓN</b>	<b>DETALLE</b>
<b>CR10-A</b>	Gypsum	Capa de gypsum en todo el techo del local y perforado con formas de estrellas en 7 repeticiones.	42 m2	Sala de ventas	
<b>REVESTIMIENTO</b>					
<b>CÓDIGO</b>	<b>MATERIAL</b>	<b>ESPECIFICACIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>UBICACIÓN</b>	<b>DETALLE</b>
<b>R21</b>	Pintura vainilla sky	Pintura vainilla sky (47C - 6T) con resinas sintéticas. Estucada. Acabado liso. Colección Condortrend de Condor.	23,7 m2	Paredes secundarias del local	

<b>R22</b>	Papel Tapiz	Mural adhesivo con motivo espacial para ambientar el local y atraer a los niños. Rollos en formato de 2,40 mts x 3,00 mts.	1 rollo	Pared principal junto al counter	
------------	-------------	--	---------	----------------------------------	---

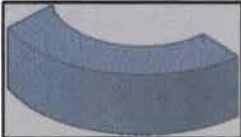
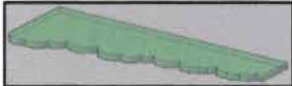
<b>PUERTAS</b>					
<b>CÓDIGO</b>	<b>MATERIAL</b>	<b>ESPECIFICACIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>UBICACIÓN</b>	<b>DETALLE</b>
<b>CP4-A</b>	Vidrio y Acero	Puertas abatibles de vidrio templado de 8mm de espesor, con acero en las manijas y en las visagras. Cerraduras horizontales de metal cromado en la parte inferior de cada puerta.	1	Ingreso al local	

<b>VENTANAS</b>					
<b>CÓDIGO</b>	<b>MATERIAL</b>	<b>ESPECIFICACIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>UBICACIÓN</b>	<b>DETALLE</b>
<b>V1</b>	Vidrio Templado y Aluminio	Perfilería de Aluminio de 2 mm de espesor, cromada. Vidrio templado de 4mm de espesor.	12,02 m2	Vitrinas del local	


<b>ILUMINACIÓN</b>					
<b>CÓDIGO</b>	<b>MATERIAL</b>	<b>ESPECIFICACIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>UBICACIÓN</b>	<b>DETALLE</b>
<b>L13</b>	Plástico	Lámpara colgante con diseño de nube, fabricada en plástico translúcido. Luz fluorescente.	3	Sala de ventas	

L14	Dicrónicos	Aro dicrónico de luz fluorescente empotrado en los muebles aparadores de ropa para mayor visualización del producto.		Empotradas en el mobiliario	
-----	------------	--	--	-----------------------------	---

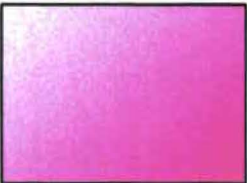
#### MOBILIARIO

CÓDIGO	MATERIAL	ESPECIFICACIÓN	CANTIDAD	UBICACIÓN	DETALLE
M19	MDF	Counter de madera de MDF postformada y enchapada. Lacada en color azul y con una capa de esmalte.	1	Sala de ventas	
M20	MDF	Aparador de ropa. Madera lacada en color celeste pastel, con hoyos para adpatar luminarias al mobiliario.	3	Sala de ventas	


#### CARTELISMO, SEÑALÉTICA Y ROTULACIÓN.

CÓDIGO	MATERIAL	ESPECIFICACIÓN	CANTIDAD	UBICACIÓN	DETALLE
RO1-C	Letras corpóreas de metacrilato	Letras corpóreas de metacrilato iluminadas interiormente con neón del color que se desee. Cortadas y moldeadas a la medida.	1 rótulo	Ingreso al local	


**TERCER PISO****TIENDA DE LENCERÍA**

<b>PISO</b>					
<b>CÓDIGO</b>	<b>MATERIAL</b>	<b>ESPECIFICACIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>UBICACIÓN</b>	<b>DETALLE</b>
<b>P15-CM</b>	Vinil estampado	Vinil estampado con textura lisa. Adhesivo, de fácil instalación. Formato en rolos de 1,00 mts x 15 mts.	29m2	Sala de Ventas	
<b>CIELO RASO</b>					
<b>CÓDIGO</b>	<b>MATERIAL</b>	<b>ESPECIFICACIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>UBICACIÓN</b>	<b>DETALLE</b>
<b>CR11-A</b>	Tensoflex	Mediante perfiles de aluminio se da la forma al cielo raso, éstos perfiles son los que soportan y enganchan a la tela de tensoflex de 4 mm, bajo la misma se colocan tubos de luz fluorescente.	4,12 m2	Sala de Ventas	
<b>REVESTIMIENTO</b>					
<b>CÓDIGO</b>	<b>MATERIAL</b>	<b>ESPECIFICACIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>UBICACIÓN</b>	<b>DETALLE</b>
<b>R23</b>	Pintura scape	Pintura scape (21B - 9A) con resinas sintéticas. Estucada. Acabado liso. Colección Condortrend de Condor.	38,7 m2	Sala de Ventas	


**PUERTAS**


CÓDIGO	MATERIAL	ESPECIFICACIÓN	CANTIDAD	UBICACIÓN	DETALLE
CP4-A	Vidrio y Acero	Puertas abatibles de vidrio templado de 8mm de espesor, con acero en las manijas y en las visagras. Cerraduras horizontales de metal cromado en la parte inferior de cada puerta.	1	Ingreso al local	

**VENTANAS**


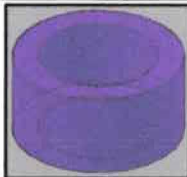
CÓDIGO	MATERIAL	ESPECIFICACIÓN	CANTIDAD	UBICACIÓN	DETALLE
V1	Vidrio Templado y Aluminio	Perfilería de Aluminio de 2 mm de espesor, cromada. Vidrio templado de 4mm de espesor.	12,02 m2	Vitrinas del local	

**ILUMINACIÓN**


CÓDIGO	MATERIAL	ESPECIFICACIÓN	CANTIDAD	UBICACIÓN	DETALLE
L3	Ojos de buey - luz blanca - 15 Watts de potencia	Lámpara halógena de tungsteno, con una bombilla de cuarzo q contiene una pequeña cant. de halógeno q se evapora al ser calentado y deposita las partículas evaporadas sobre el filamento.	2	Sala de Ventas	

<b>L15</b>	Lámpara Colgante	Lámpara Colgante supernova diseñada por Ferruccio Laviani, consta de discos paralelos de metal pintado, en este caso, de color magenta.	1	Sobre el counter	
------------	------------------	---	---	------------------	---


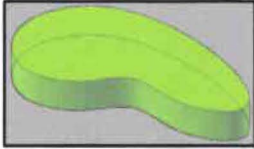

**MOBILIARIO**


<b>CÓDIGO</b>	<b>MATERIAL</b>	<b>ESPECIFICACIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>UBICACIÓN</b>	<b>DETALLE</b>
<b>M21</b>	Fibra de Vidrio	Maniquí de estructura en fibra de vidrio y pintura blanca al horno.(cód. L555) Dim: h: 2,20 m.	1	Sala de ventas	
<b>M22</b>	Fibra de Vidrio	Mesón para counter de fibra de vidrio pintada al horno en color uva y esmaltada. Dimensiones: 1.10 mts de altura y .50 cm de ancho	1	Sala de ventas	

**CARTELISMO, SENALETICA Y ROTULACION.**

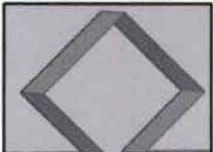
<b>CÓDIGO</b>	<b>MATERIAL</b>	<b>ESPECIFICACIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>UBICACIÓN</b>	<b>DETALLE</b>
<b>RO1-B</b>	Letras corpóreas de aluminio	Letras corpóreas de aluminio pintadas al horno, con diferentes acabados: lisos, texturados, mates, brillantes, etc. Retroiluminadas con neón.	1 rótulo	Ingreso al local	

**CUARTO PISO****TIENDA DE ENTRETENIMIENTO**


<b>PISO</b>					
<b>CÓDIGO</b>	<b>MATERIAL</b>	<b>ESPECIFICACIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>UBICACIÓN</b>	<b>DETALLE</b>
<b>P16-CM</b>	Vinil estampado	Vinil estampado con textura lisa. Adhesivo, de fácil instalación. Formato en rollos de 1,00 mts x 15 mts.	112,37 m2	Sala de Ventas	
<b>CIELO RASO</b>					
<b>CÓDIGO</b>	<b>MATERIAL</b>	<b>ESPECIFICACIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>UBICACIÓN</b>	<b>DETALLE</b>
<b>CR12-A</b>	Gypsum	Moldes de yeso y escayola formados según el diseño de cielo raso. Perforados para insertar en él las luminarias.	23,17 m2	Sala de Ventas	
<b>REVESTIMIENTO</b>					
<b>CÓDIGO</b>	<b>MATERIAL</b>	<b>ESPECIFICACIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>UBICACIÓN</b>	<b>DETALLE</b>
<b>R24</b>	Papel Tapiz	Papel Tapiz techno sky, de Walter Mayer. Séptimo en la escala de colores. Formato en rollos de 15 mts x 60 cm. Adhesivo.	2 rollos	Paredes de las salas de juego	

R25	Pintura green armony	Pintura green armony (61H - 3G) con resinas sintéticas. Estucada. Acabado liso. Colección Condortrend de Condor.	70,05 m2	Portales abiertos para pasar a los siguientes pisos	
-----	----------------------	--	----------	---	---


#### PUERTAS

CÓDIGO	MATERIAL	ESPECIFICACIÓN	CANTIDAD	UBICACIÓN	DETALLE
CP5-A	Fibra de vidrio	Puerta hecha especialmente a la medida, con forma de rombo y con un marco de 40 cm de profundidad.	1	Ingreso al local	

#### VENTANAS

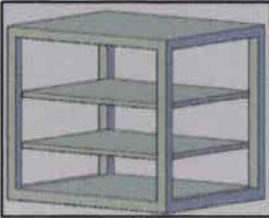

CÓDIGO	MATERIAL	ESPECIFICACIÓN	CANTIDAD	UBICACIÓN	DETALLE
V1	Vidrio Templado y Aluminio	Perfilería de Aluminio de 2 mm de espesor, cromada. Vidrio templado de 4mm de espesor.	14,77 m2	Vitrinas del local	

#### ILUMINACIÓN


CÓDIGO	MATERIAL	ESPECIFICACIÓN	CANTIDAD	UBICACIÓN	DETALLE
L3	Ojos de buey - luz blanca - 15 Watts de potencia	Lámpara halógena de tungsteno, con una bombilla de cuarzo q contiene una pequeña cant. de halógeno q se evapora al ser calentado.	9	Sala de Ventas	






**MOBILIARIO**

CÓDIGO	MATERIAL	ESPECIFICACIÓN	CANTIDAD	UBICACIÓN	DETALLE
M23	Cristal	Caja de cristal fabricada con perfilera de aluminio de 2 mm de espesor. Paredes en cristal de 4 mm de espesor. Mobiliario para exhibidor de consolas de entretenimiento. Dimensiones: 1,80m x 2,10 m.	1	Sala de Ventas	
M24	Fibra de vidrio	Sillas fabricadas en fibra de vidrio, diseño de ingenia group. Dimensiones: 60 cm de largo aproximadamente.	4	Salas de Juego dentro del local	


**CARTELISMO, SENALÉTICA Y ROTULACIÓN.**

CÓDIGO	MATERIAL	ESPECIFICACIÓN	CANTIDAD	UBICACIÓN	DETALLE
RO1-A	Letras de Canal	Letras de Canal o logotipos, generalmente con cantos de aluminio que pueden lever luz directa o indirecta	1 rótulo	Ingreso al local	


**QUINTO PISO****RESTAURANTE DE COMIDA JAPONESA (INTERIOR)**

<b>PISO</b>					
<b>CÓDIGO</b>	<b>MATERIAL</b>	<b>ESPECIFICACIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>UBICACIÓN</b>	<b>DETALLE</b>
<b>P17-CM</b>	Piso Flotante	Laminas de piso flotante de 16 cm x 1,80 mts ensambladas a presión con tabiquería bajo la misma. Enchape madera acacia	51,49 m2	Restaurante Japonés	
<b>P9-CM</b>	Porcelanato	Porcelanato antideslizante con textura de arena en tono piedra lavada. Formato de 60 cm x 60 cm.	6,81 m2	Cocina	
<b>P10-CM</b>	Baldosa	Baldosa en color marquesina, antideslizante, juntas de dilatación de 4mm. Formato desde 30 cm x 30 cm.	8,32 m2	Baño hombres y mujeres	



**CIELO RASO**

<b>CÓDIGO</b>	<b>MATERIAL</b>	<b>ESPECIFICACIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>UBICACIÓN</b>	<b>DETALLE</b>
<b>CR13-A</b>	Gypsum	Láminas de yeso y escayola con forma de un signo de escritura japonés. Perforadas para dejar lugar a las luminarias	12,03 m2	Restaurante Japonés	


**REVESTIMIENTO**

<b>CÓDIGO</b>	<b>MATERIAL</b>	<b>ESPECIFICACIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>UBICACIÓN</b>	<b>DETALLE</b>
<b>R26</b>	Papel Tapiz	Papel Tapiz asian chi, de Walter Mayer. Tercero en la escala de colores. Formato en rollos de 15 mts x 60 cm. Adhesivo.	1 rollo	Pared secundaria restaurante japonés	
<b>R27</b>	Pintura Spectrum Red	Pintura Spectrum Red (5A - 1A) con resinas sintéticas. Estucada. Acabado liso y mate. Colección Condortrend de Condor.	17,37 m2	Pared con la mesa esquinera, la más amplia del restaurante	
<b>R28</b>	Pintura Alabaster	Pintura Alabaster (13A - 3P) con resinas sintéticas. Estucada. Acabado liso y brillante. Colección Condortrend de Condor.	31, 94 m2	Todas las paredes secundarias del restaurante	


**PUERTAS**

CÓDIGO	MATERIAL	ESPECIFICACIÓN	CANTIDAD	UBICACIÓN	DETALLE
CP6-A	Tamborada con revestimiento de madera.	Puerta abatible tamborada de MDF de 5mm de espesor y revestimiento de enchape en color haya. Cerradura de manija cromada llave-botón. Dimensiones:0,90mx2,10 m.	2	Ingreso a los baños	
CP7-A	Tamborada con revestimiento de madera.	Puerta abatible de doble acción o vaiven. Tamborada de MDF de 5 mm de espesor y revestimiento de lámina de enchape en madera, color wengué. Apliques rectangulares de vidrio arenado.	1	Ingreso a la cocina.	



**VENTANAS**

CÓDIGO	MATERIAL	ESPECIFICACIÓN	CANTIDAD	UBICACIÓN	DETALLE
V1	Vidrio Templado y Aluminio	Perfilería de Aluminio de 2 mm de espesor, cromada. Vidrio templado de 4mm de espesor.		Vitrinas del local	



**ILUMINACIÓN**

CÓDIGO	MATERIAL	ESPECIFICACIÓN	CANTIDAD	UBICACIÓN	DETALLE
L2	Aro Dicroico dirigible incandescente	Luz puntual. Aro ecualizable con bombillo dicroico de 12V. Perforación de 7cm y altura libre de 5 cm. Acabado en color plateado con efecto cromado.		Empotrado en el gypsum del local.	



**MOBILIARIO**

CÓDIGO	MATERIAL	ESPECIFICACIÓN	CANTIDAD	UBICACIÓN	DETALLE
M25	Madera	Mesas fabricadas en madera masisa, lacadas en color blanco y esmaltadas.	9	Escaparate (fachada)	
M26	Metal y cuero	Sillas en estructura metálica de acero en terminado cromado, con esponja y tapiz de cuero.	19	Sala de ventas	


**CARTELISMO, SEÑALÉTICA Y ROTULACIÓN.**

CÓDIGO	MATERIAL	ESPECIFICACIÓN	CANTIDAD	UBICACIÓN	DETALLE
RO1-C	Letras corpóreas de metacrilato	Letras corpóreas de metacrilato iluminadas interiormente con neón del color que se desee. Cortadas y moldeadas a la medida.	1 rótulo	Ingreso al local	
SE2-C	Acrílico y Sintra	Pictograma informativo para baño de hombres y mujeres	1	Ingreso a los baños	

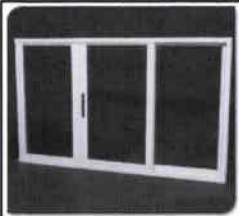
**BAR - LOUNGE**

<b>PISO</b>					
CÓDIGO	MATERIAL	ESPECIFICACIÓN	CANTIDAD	UBICACIÓN	DETALLE
P18-CM	Piso Flotante	Laminas de piso flotante de 16 cm x 1,80 mts ensambladas a presión con tabiquería bajo la misma. Enchape madera acacia	18,07 m2	Lounge restaurante japonés.	
<b>CIELO RASO</b>					
CÓDIGO	MATERIAL	ESPECIFICACIÓN	CANTIDAD	UBICACIÓN	DETALLE
CR14-A	Gypsum	Rectángulo de gypsum con perforaciones para ubicar las luminarias. Ubicado sobre la barra del bar.	1,78 m2	Lounge restaurante japonés.	


**REVESTIMIENTO**

CÓDIGO	MATERIAL	ESPECIFICACIÓN	CANTIDAD	UBICACIÓN	DETALLE
R29	Papel Tapiz	Papel Tapiz red vintage de Walter Mayer. Primero en la escala de colores. Formato en rollos de 15 mts x 60 cm. Adhesivo.	1 rollo	Pared principal bar - lounge restaurante japonés	

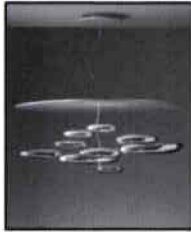

**PUERTAS**

CÓDIGO	MATERIAL	ESPECIFICACIÓN	CANTIDAD	UBICACIÓN	DETALLE
CP7-A	Vidrio templado de 8 mm de espesor	Puertas corredizas, Cerraduras cromadas ubicadas en los bordes superior e inferior. Dimensiones:	1	Salida hacia la sala - bar del restaurante japonés.	


**VENTANAS**

CÓDIGO	MATERIAL	ESPECIFICACIÓN	CANTIDAD	UBICACIÓN	DETALLE
V1	Vidrio Templado y Aluminio	Perfilería de Aluminio de 2 mm de espesor, cromada. Vidrio templado de 4mm de espesor.	10,28 m2	Ventanas hacia el exterior	




**ILUMINACIÓN**

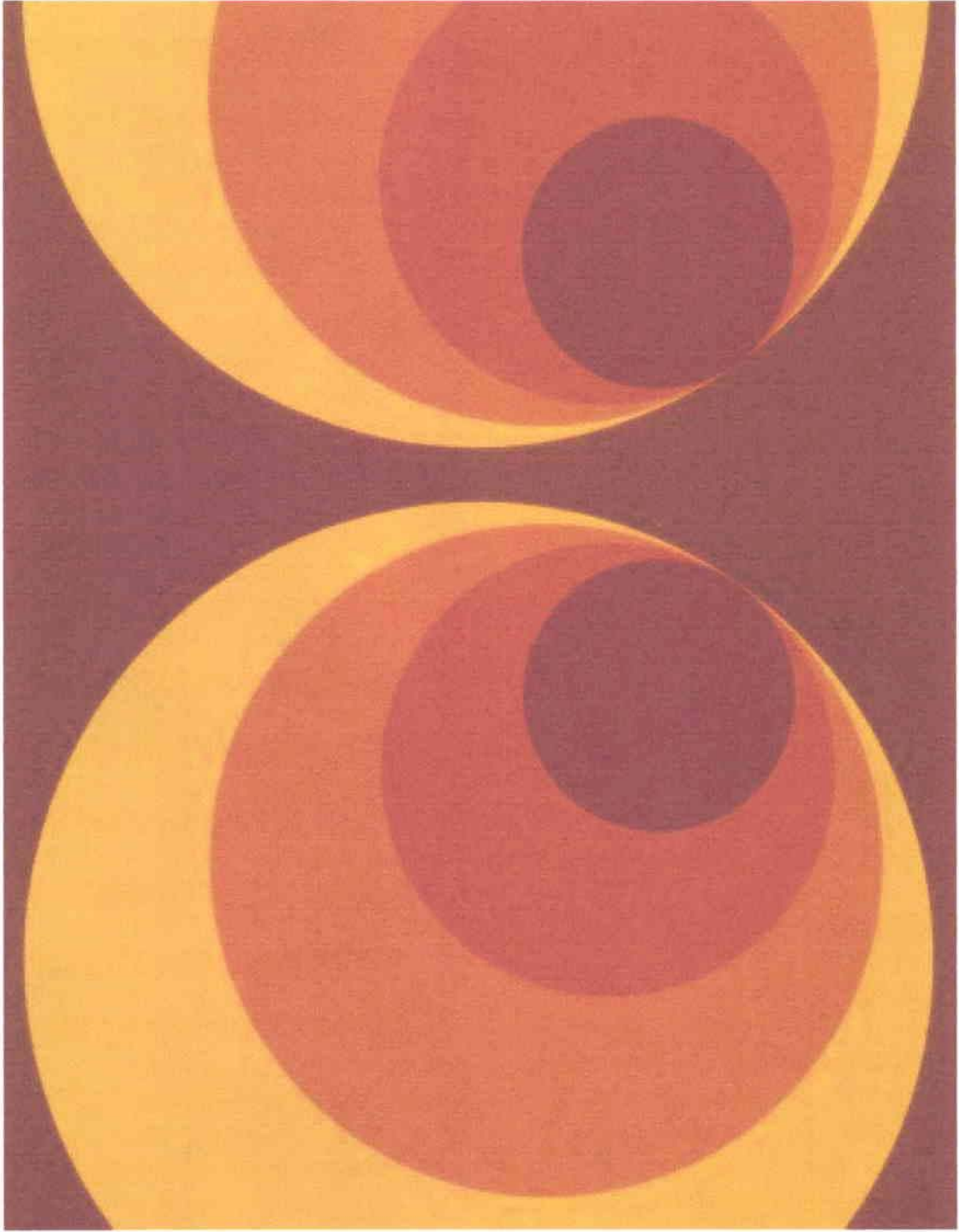
<b>CÓDIGO</b>	<b>MATERIAL</b>	<b>ESPECIFICACIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>UBICACIÓN</b>	<b>DETALLE</b>
<b>L16</b>	Aluminio fundido.	Lampara colgante modelo Mercury diseñada por Ross Lovegrove para Artemide. Funcionamiento con luz halógena. La luz es reflejada en el aluminio para crear un efecto más amplio de luz.	2	Sala bar- lounge restaurante japonés.	
<b>L2</b>	Ojo de buey	Aro dirigible de bola, diámetro interior: 7,6 cm, anclaje: 8 cm, diámetro exterior: 10,5 cm. Luz halógena 50 W, con reflector de aluminio.	3	Sobre la barra del bar, restaurante japonés.	

**MOBILIARIO**

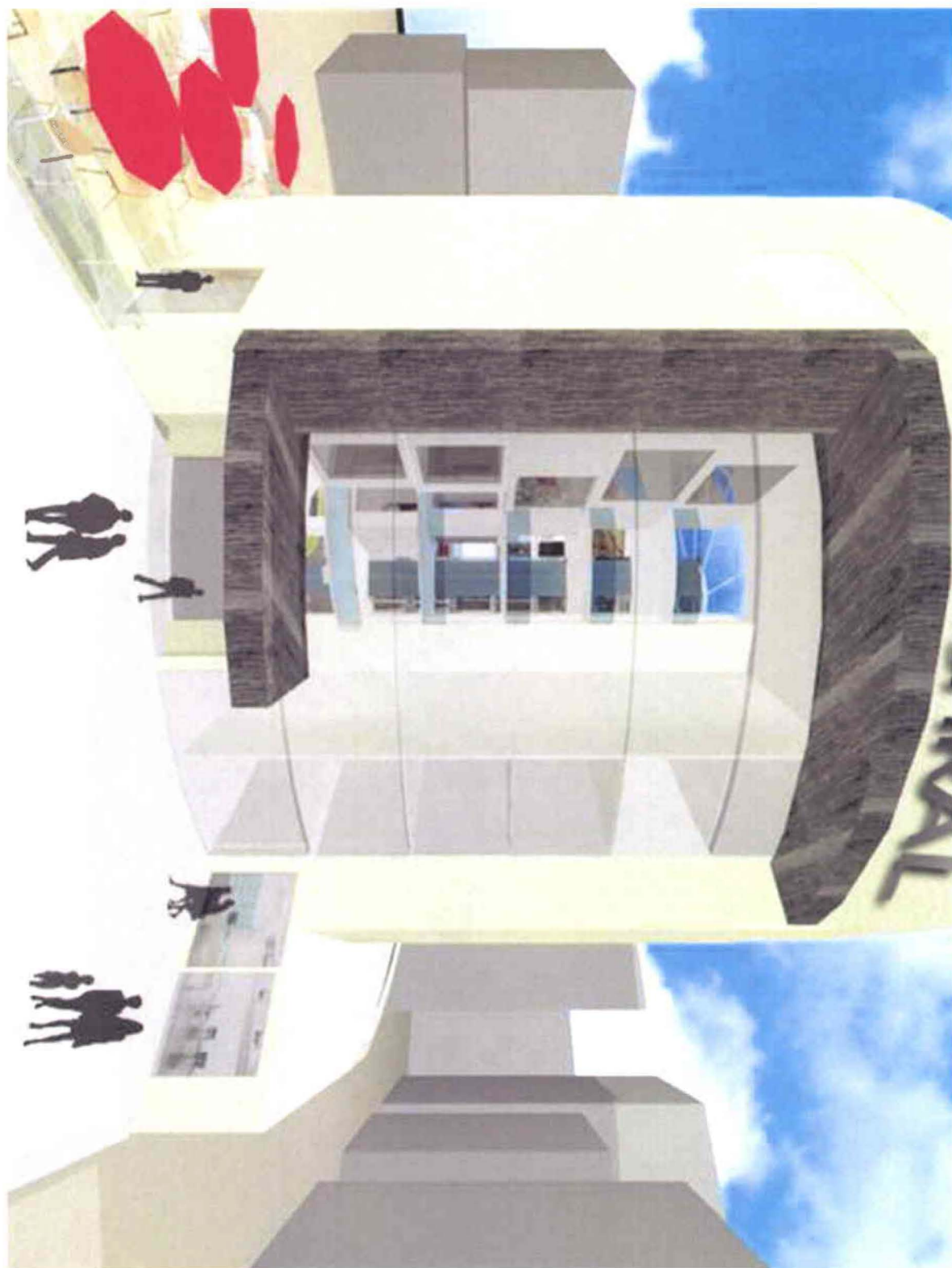
<b>CÓDIGO</b>	<b>MATERIAL</b>	<b>ESPECIFICACIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>UBICACIÓN</b>	<b>DETALLE</b>
<b>M27</b>	Cuero y metal	Poltronas para una persona. Estructura metálica, patas en acero inoxidable, cojines de espaldar y asiento en esponja alemana y cuero. Diseño marca Ziente.	2	Sala bar- lounge restaurante japonés.	



M28	Madera y metal	Mesa rectangular de MDF enchapada en wengué y lacada. Patas en acero inoxidable de 4mm de espesor.	1	Sala bar- lounge restaurante japonés.	
M29	Cuero y metal	Sillon para 4 personas. Estructura metálica, patas en acero inoxidable, cojines de espaldar y asiento en esponja alemana y cuero. Diseño marca Ziente.	1	Sala bar- lounge restaurante japonés.	
<b>CARTELISMO, SEÑALÉTICA Y ROTULACIÓN.</b>					
<b>CÓDIGO</b>	<b>MATERIAL</b>	<b>ESPECIFICACIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>UBICACIÓN</b>	<b>DETALLE</b>
SE1-C	Vidrio y adhesivo	Pictogramas informativos de las salidas de emergencia. Vidrio templado de 4 mm, dibujo en papel adhesivo realizado en un plotter de corte e iluminación con leds verdes.	3 en este piso	Frente a los elevadores, a la altura del primero y del último local	



Renders



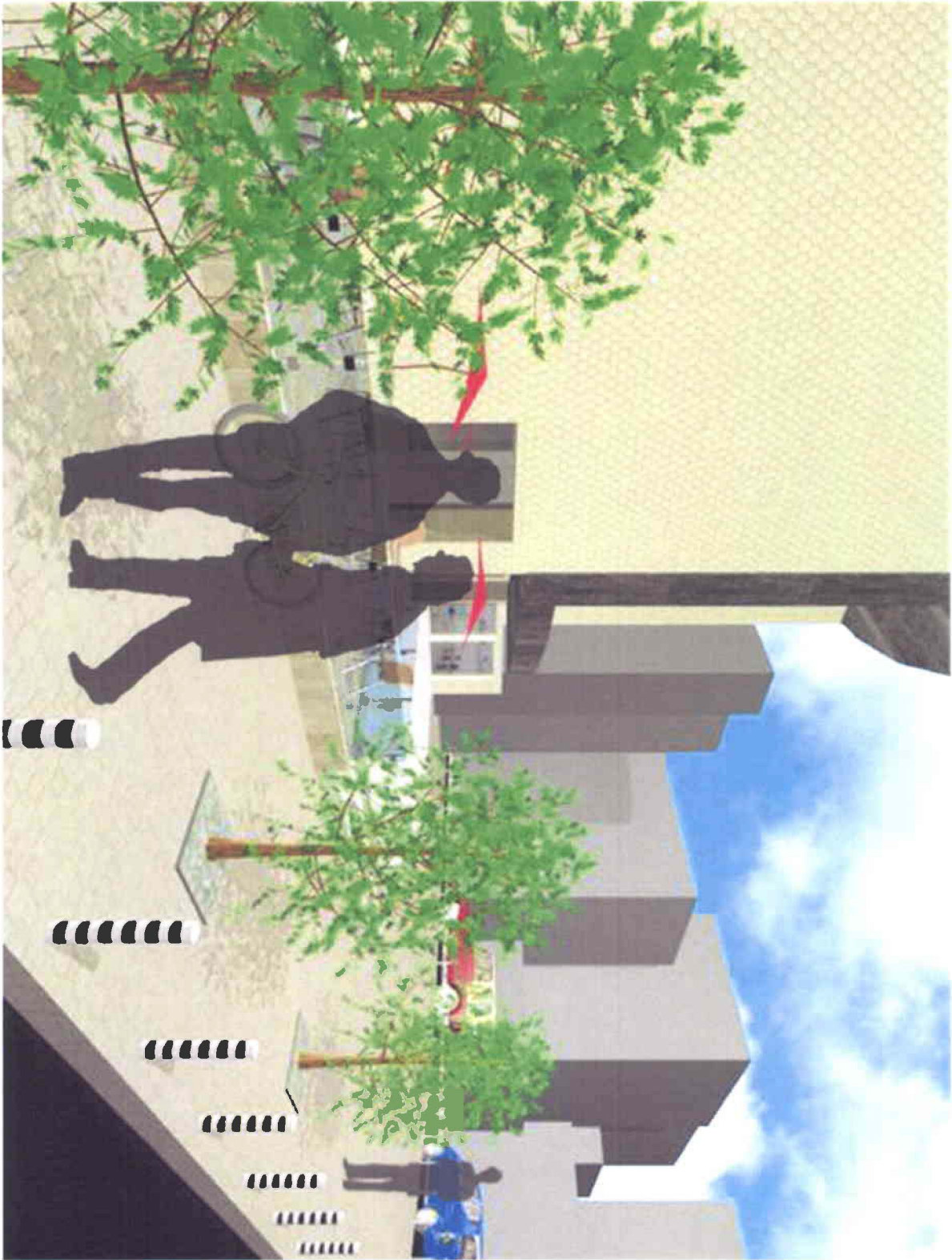
# FACHADA

Av. Amazonas y Jorge Washington (Esq.)



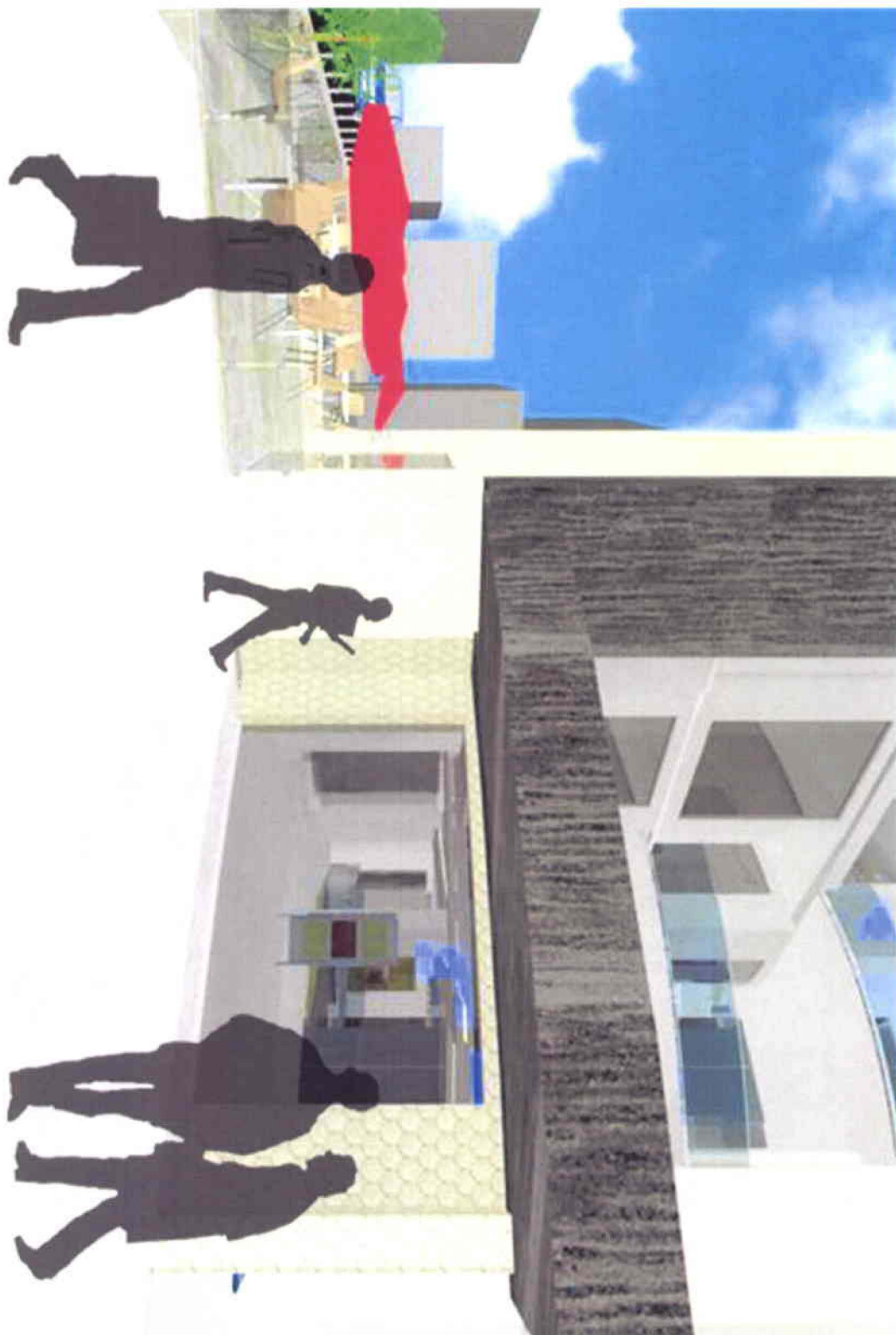
# FACHADA

Calle Jorge Washigton



# VISTA TERRAZA

Calle Jorge Washington



# INGRESO PRINCIPAL

Av. Amazonas y Calle Jorge Washington



# INGRESO PRINCIPAL

Planta Baja



# CIRCULACIÓN CENTRAL

Vista desde Primer Subsuelo hasta 3º Piso



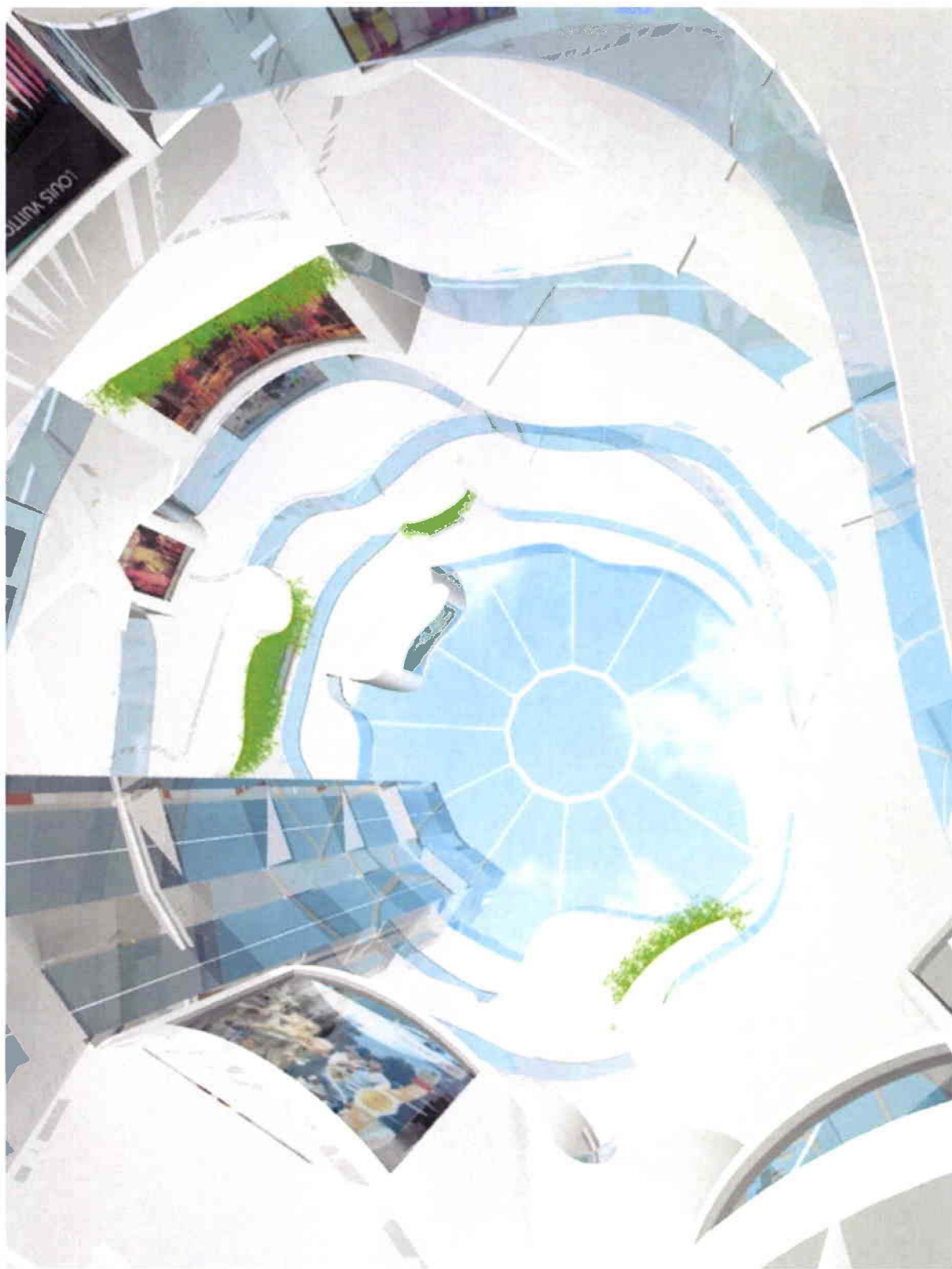


**OF. ADMINISTRACIÓN**  
Segundo Subsuelo



# OF. ADMINISTRACIÓN

Segundo subsuelo



# CIRCULACIÓN CENTRAL

vista desde Segundo Subsuelo hacia cubierta



# COUNTER DE INFORMACIÓN

Planta Baja



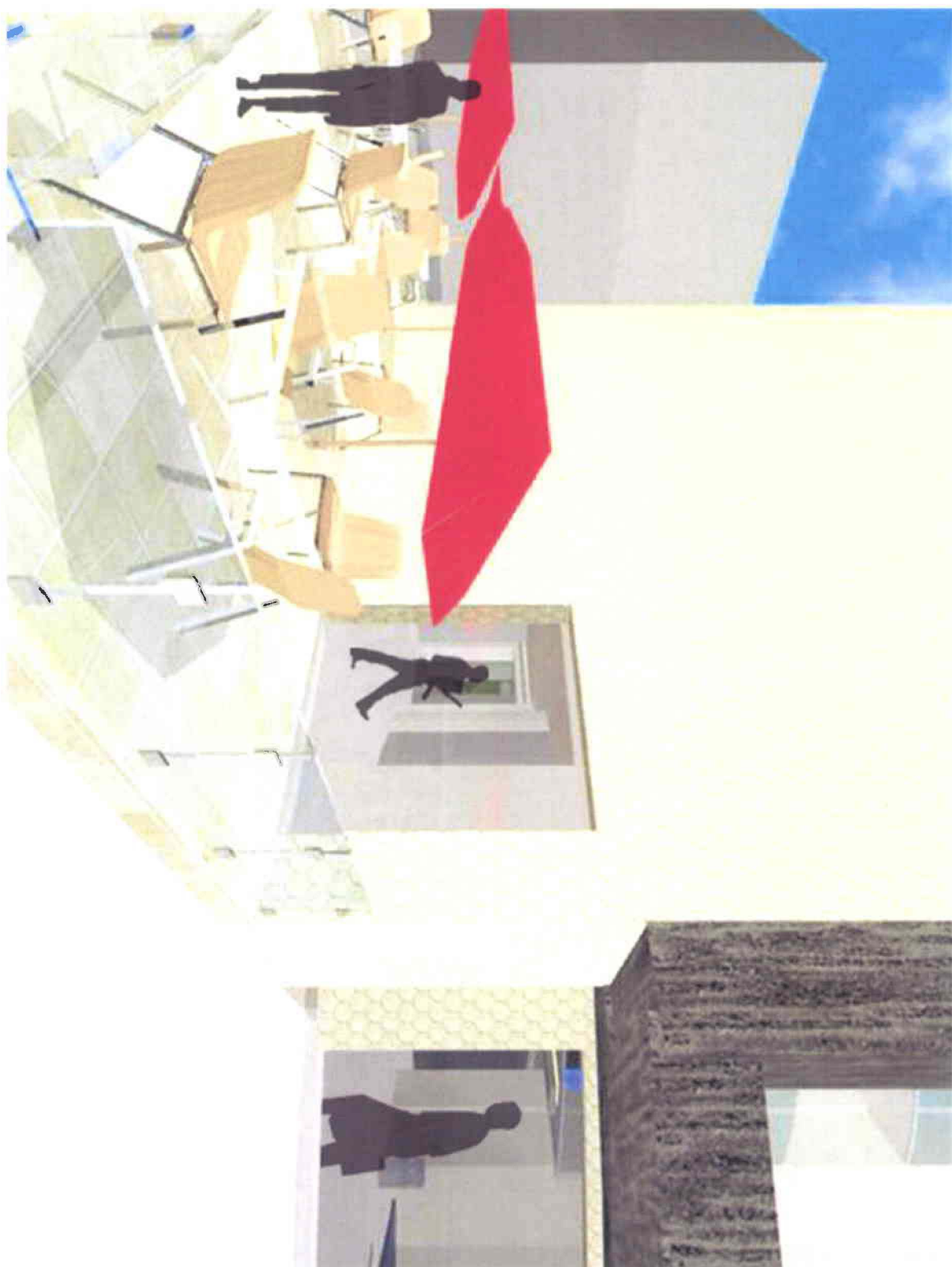
# CAFETERÍA

Planta Baja



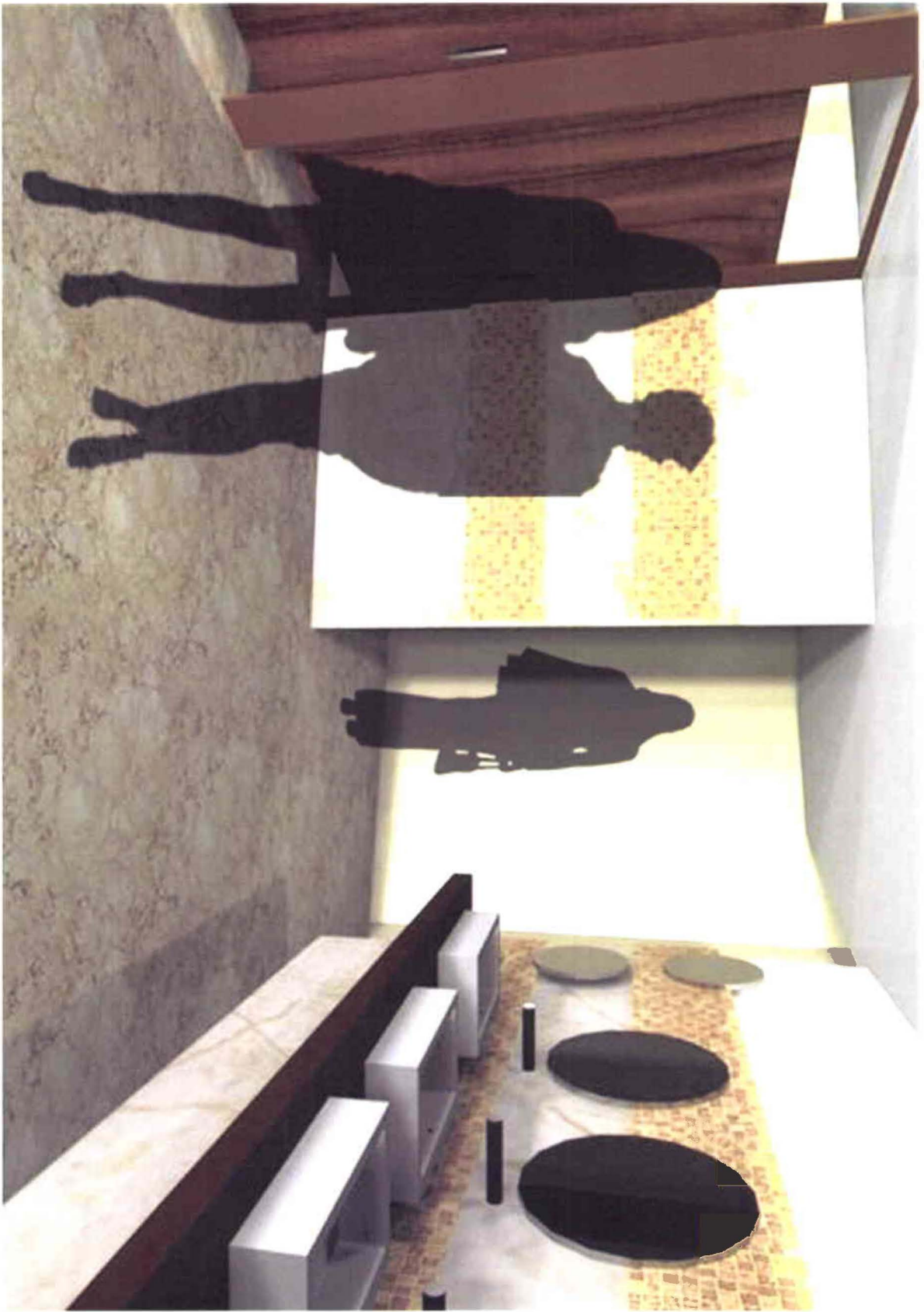
# CAFETERÍA

Planta Baja



# VISTA TERRAZA

Cafetería Planta Baja



# BATERÍAS SANITARIAS

Primer Subsuelo y 4º Piso





# CIRCULACIÓN CENTRAL

Vista desde PB hasta 4º Piso



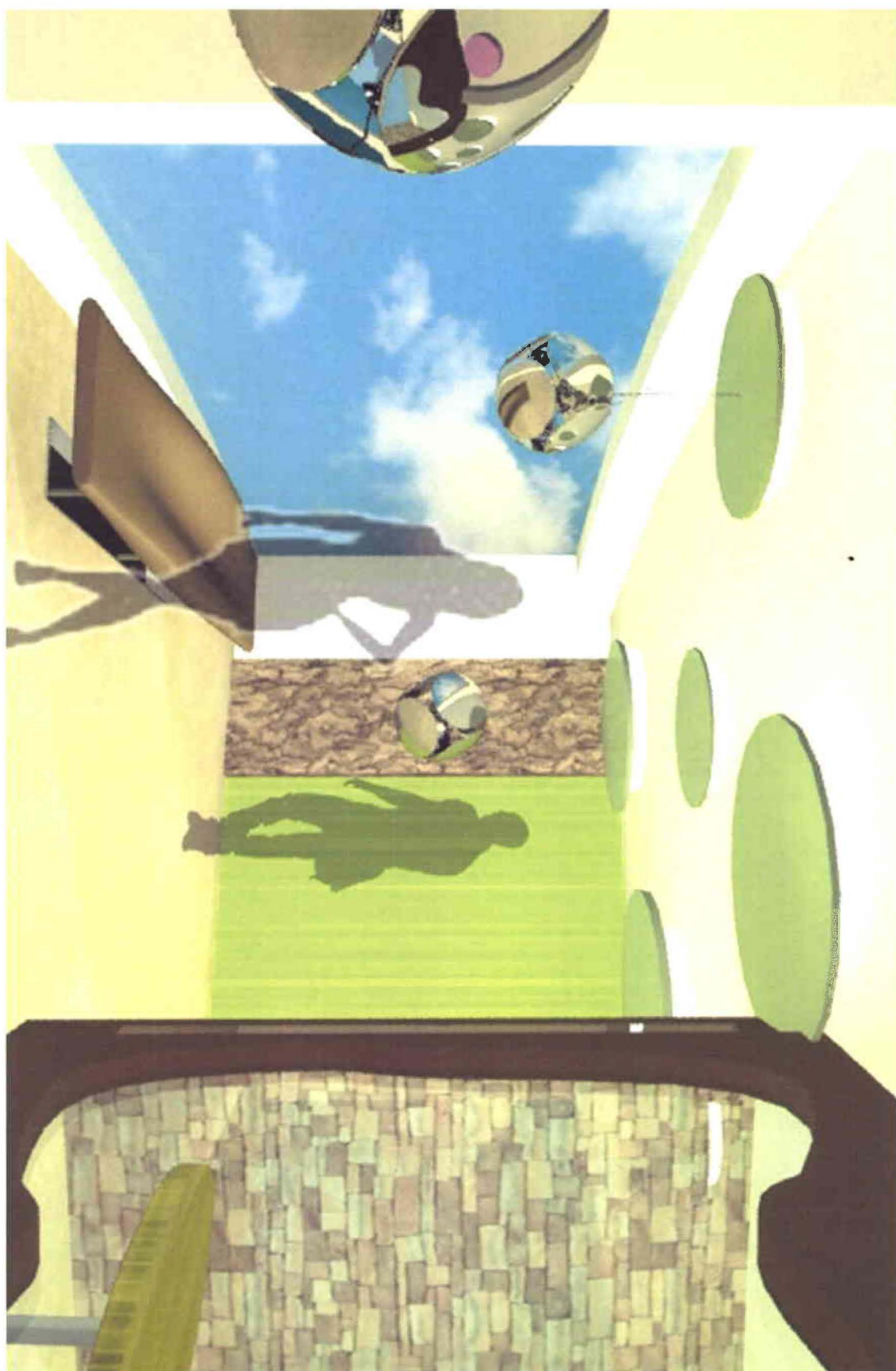
# CAJEROS AUTOMÁTICOS

Vista 2º Piso



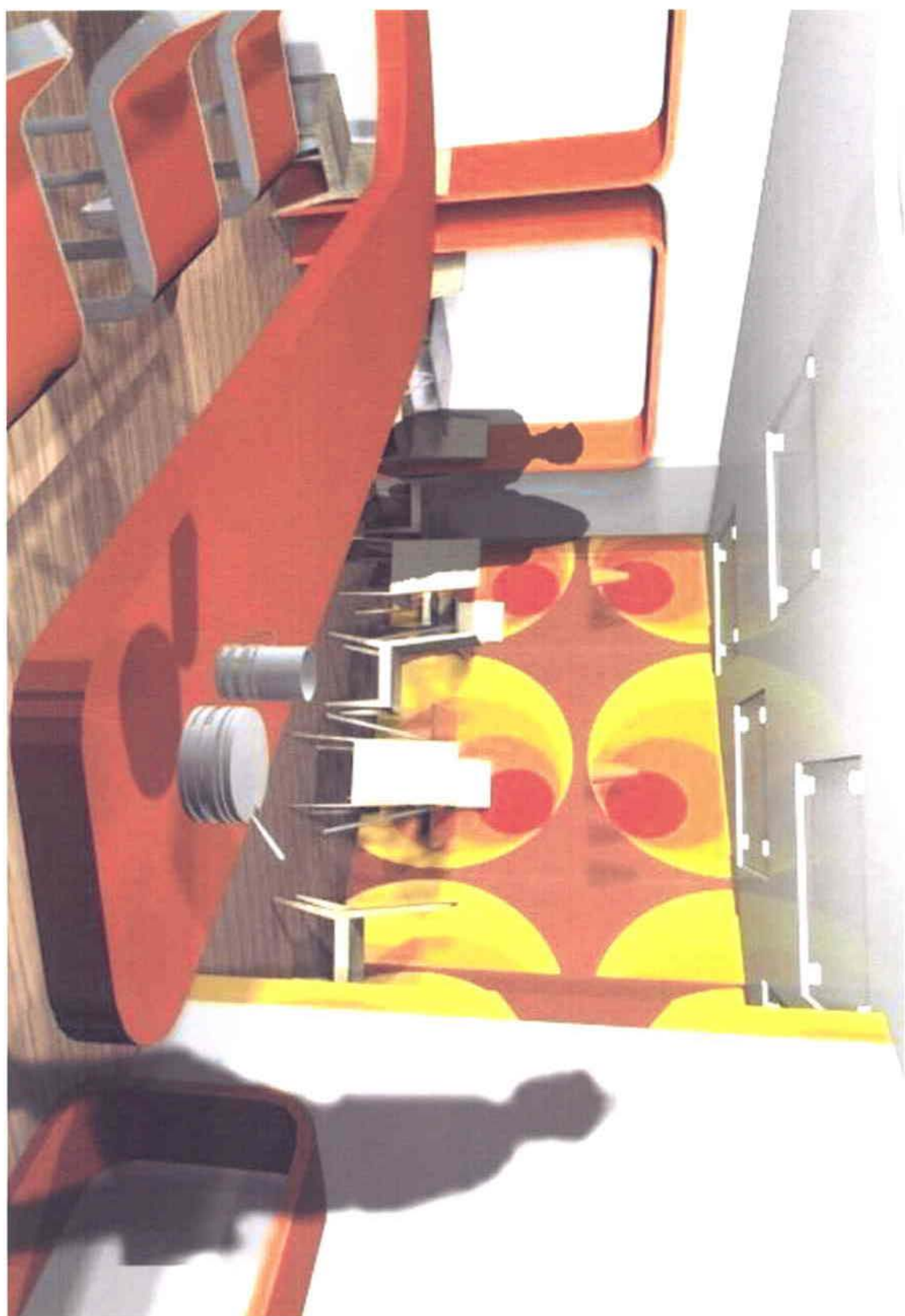
# CIRCULACIÓN CENTRAL

Vista desde 2º Piso



# PASILLO INTERNO

3º, 4º y 5º Piso



# CAFETERÍA

Patio de Comidas 5° Piso



# CIRCULACIÓN CENTRAL

Desde el 4º Piso



# SUSHI LOUNGE

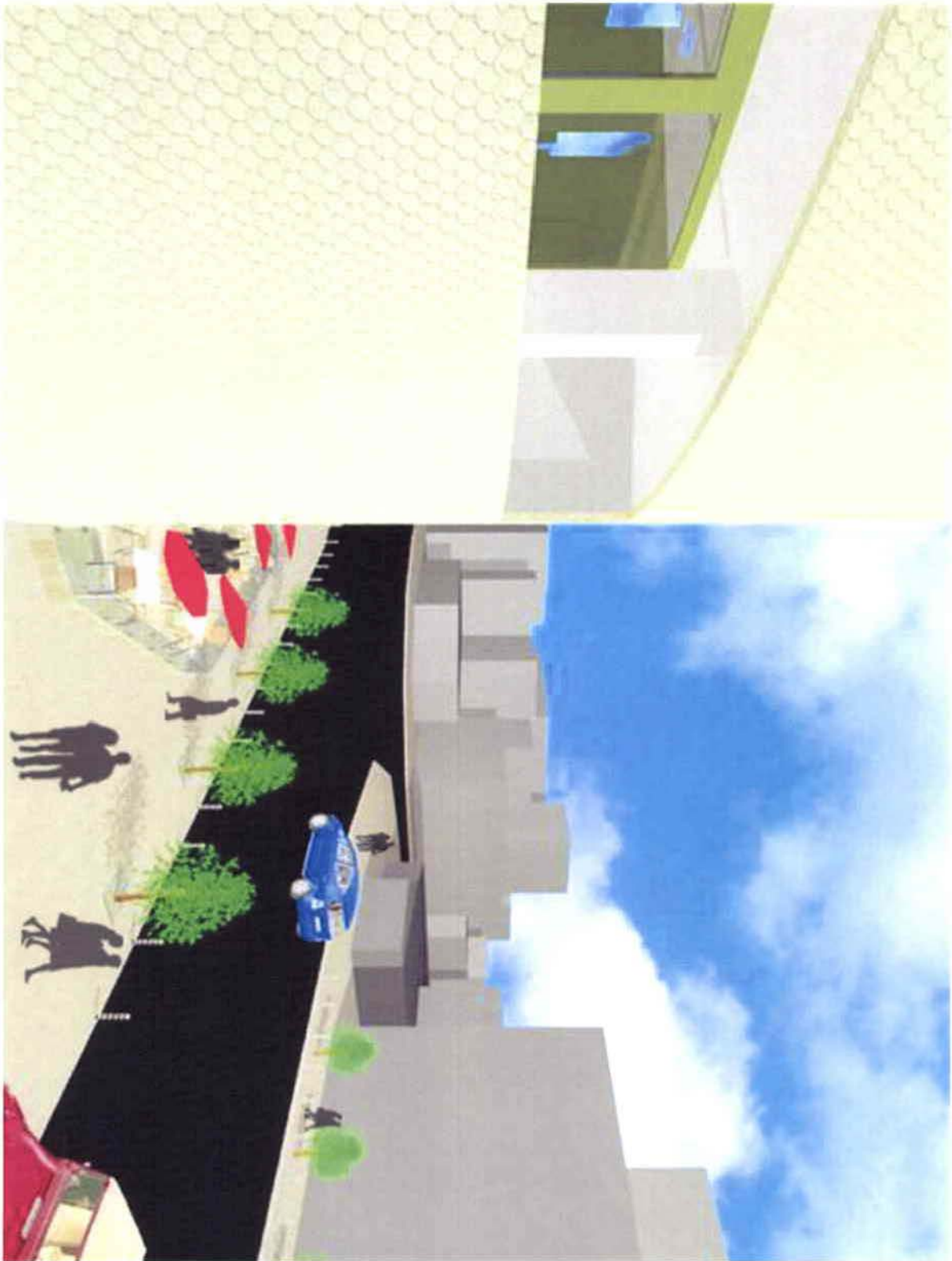
Restaurante Japonés 5º Piso



# CIRCULACIÓN CENTRAL

Vista 3º, 4º y 5º Piso





# VISTA EXTERIOR

Calle Jorge Washington



## FACHADA

Vista Av. Amazonas hacia la Calle J. Washington



**FACHADA**

Av. Amazonas

