



**FACULTAD DE ARQUITECTURA Y URBANISMO
TESIS PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE
ARQUITECTO**

**“EL ESPACIO ARQUITECTÓNICO Y SU CONNOTACIÓN LÚDICA
EN EDIFICACIONES COMERCIALES : CENTRO COMERCIAL
PARA EL JOVEN DE INDEPENDENCIA”**

AUTOR : BACH. EDGAR MARTIN CONDE RAMIREZ

DIRECTOR : JUAN DE DIOS SALAS CANEVARO

DICIEMBRE, 2016

PLANTEAMIENTO Y DELIMITACIÓN

INTRODUCCIÓN



INTRODUCCIÓN



EL TEMA

EL ESPACIO ARQUITECTÓNICO Y SU CONNOTACIÓN LÚDICA EN EDIFICACIONES COMERCIALES



PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA



Centro Comercial dirigido principalmente para el joven de Independencia

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

- Desarrollar una edificación comercial para la juventud del distrito de Independencia desde el espacio arquitectónico basado en su percepción lúdica.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Diseñar un objeto arquitectónico innovador, que complemente y consolide la zona comercial ya existente en Independencia bajo los criterios de resaltar sus cualidades espaciales y funcionales atractivas para el consumidor joven.
- Elaborar un expediente grafico del proyecto arquitectónico que cumpla con los parámetros urbanísticos y edificatorios respectivos

MARCO TEORICO

LA LÚDICA

Psicología Lúdica

La Lúdica

Ocio

Tiempo Libre

Recreación



Mejor relación con la sociedad

Rescate de la voluntad perdida

Mejora de la salud mental

La practica de valores



LA LÚDICA

La Lúdica y la Creatividad

Creatividad

Intuición

Imaginación

Desarrollo Humano

Psíquica

Social

Cultural

Biológica



LA LÚDICA

Espacios Lúdicos: Interactividad Social



La ciudad es producto de la interacción entre los diferentes sistemas y subsistemas urbanos que se consolidan en el territorio, en ella se establecen lazos reales o imperceptibles que se materializan a través de redes viales o informáticas que trascienden el espacio físico y comunican real o virtualmente a las diferentes colectividades.



LA LÚDICA

Los espacios recreativos son recintos de esparcimiento sano y productivo orientados a las necesidades e intereses de las personas que existen en el lugar. El propio juego crea un espacio lúdico particular donde puede llegar a pasar lo que cada persona quiera que suceda.



El papel interactivo del espacio lúdico permite un escenario para el comportamiento, para la relación social y cultural.

LA LÚDICA

La lúdica y el consumo comercial



Hay un fuerte crecimiento del ocio dentro del mix comercial, si bien se sigue apostando por las grandes superficies de alimentación, hipermercado, o por las medianas superficies de moda o electrodomésticos como principales locomotoras, los metros que se destinan a ocio son cada vez mayores.

CENTRO COMERCIAL

¿Qué es un Centro Comercial?

Son grandes recintos de encuentro y conglomeración de personas donde ofrecen una gran variedad de productos, servicios y entretenimiento.



CENTRO COMERCIAL

Situación actual de los Centro Comerciales en el Perú



REAL PLAZA CHICLAYO



OPEN PLAZA PIURA



REAL PLAZA HUANCAYO



MALL AVENTURA
AREQUIPA

CENTRO COMERCIAL

El poder de los Centros Comerciales y el entretenimiento



La propia experiencia de ir de compras produce una sensación gratificante para el consumidor que se traduce en entretenimiento y placer.

Durante el tiempo que los clientes dedican a la compra, o pasean por los entornos comerciales, experimentan diversos tipos de emociones: alegría, diversión, agrado, euforia, frustración, y enfado.



CENTRO COMERCIAL

CENTROS COMERCIALES CLASIFICACIÓN LOCAL

TIPO		CONCEPTO	ÁREA PROMEDIO m ² (incluye tiendas ancla)	POBLACIÓN CUBIERTA	EJEMPLOS
1	CCV	CENTRO DE CONVENIENCIA	500 m ² a 2,500 m ²	5,000 Hogares LOCAL	San Fernando Primax / Listos Mobil / Multimarket Repsol / Grifos
2	CV	CENTRO VECINAL	3,000 m ² a 5,000 m ²	25,000 Hogares SECTORIAL	Arenales Molicentro La Fontana
3	CSC	CENTRO COMUNAL	6,000 m ² a 24,000 m ²	50,000 Hogares DISTRITAL	San Isidro El Polo Caminos del Inca Molina Plaza
4	CR	CENTRO REGIONAL	25,000 m ² a 50,000 m ²	100,000 Hogares INTER-DISTRITAL	Mall Aventura Bellavista Open Plaza Angamos Open Plaza San Miguel
5	CSR	CENTRO SUPER REGIONAL	50,000 m ² a 200,000 m ²	150,000 Hogares METROPOLITANO	Jockey Plaza Mega Plaza Plaza San Miguel Plaza Norte

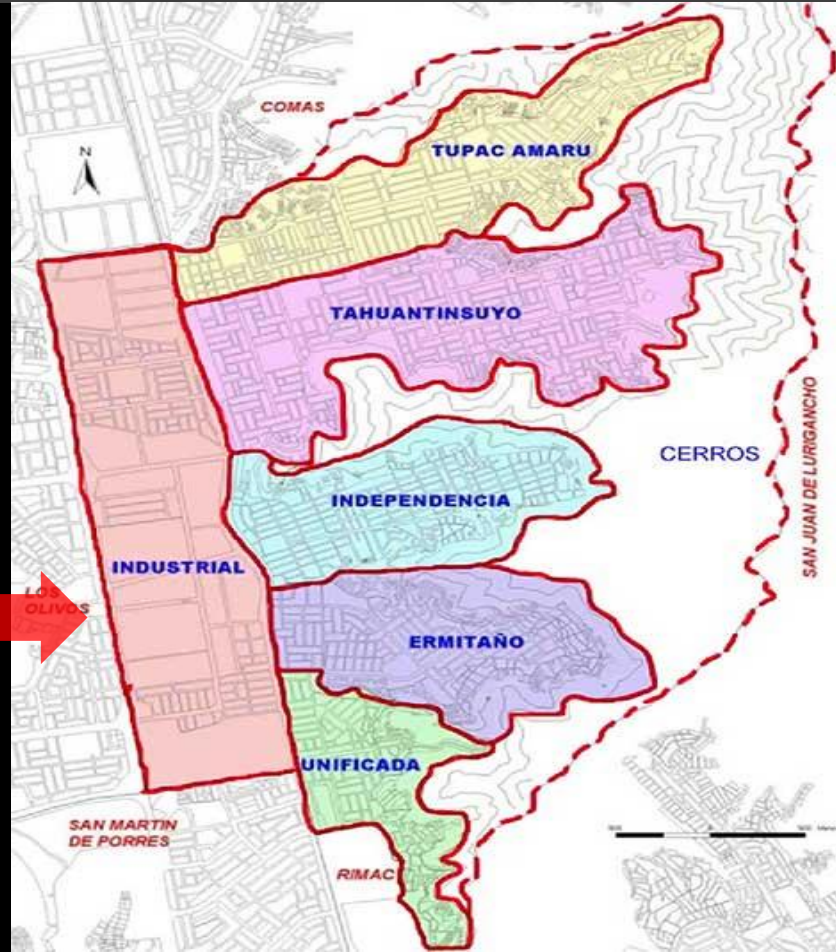
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE DISEÑO ARQUITECTÓNICO

ANÁLISIS DE LOCALIZACIÓN

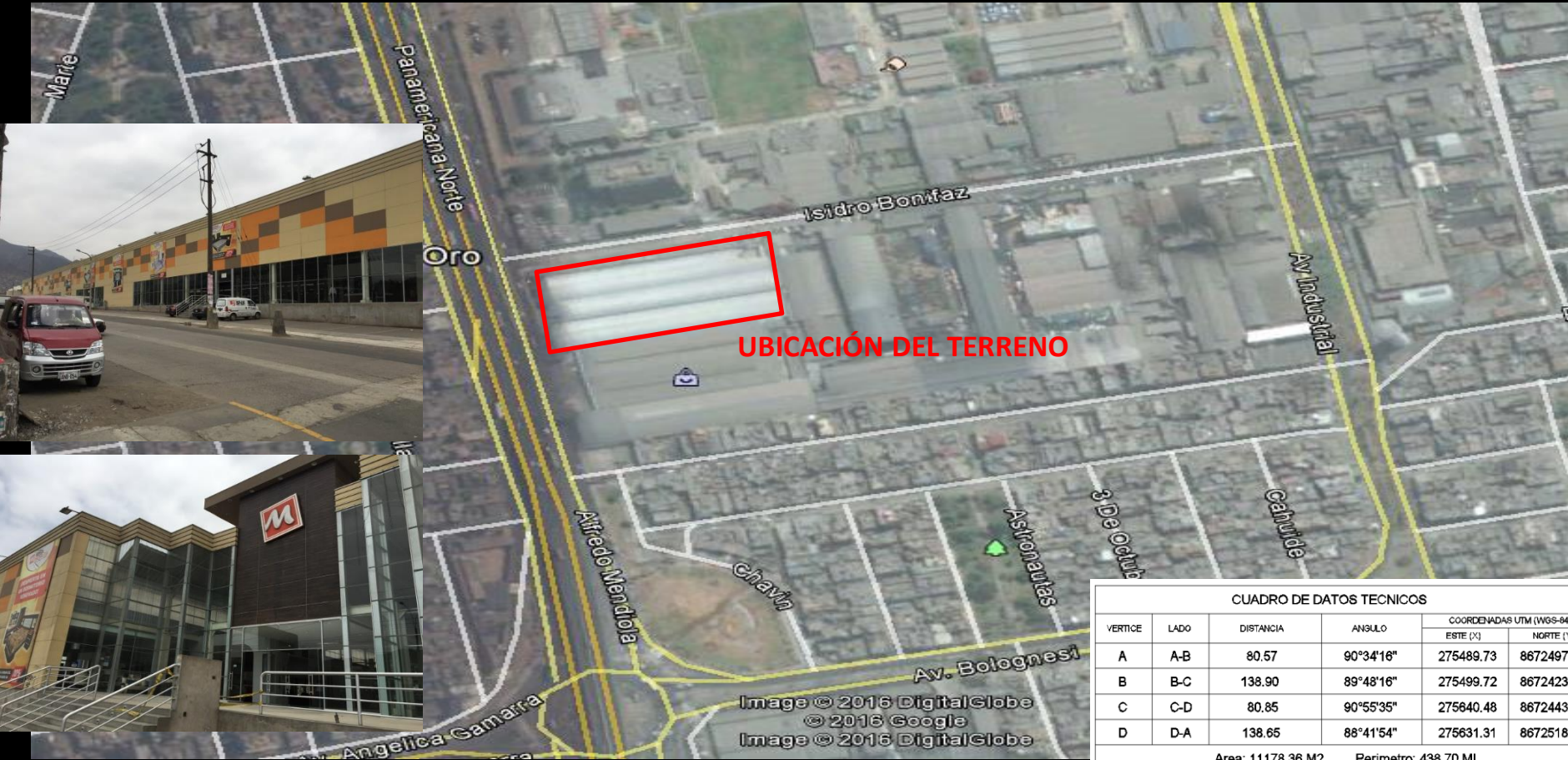
Distrito de Independencia

Zona Industrial

Es un territorio cuya actividad económica industrial está en proceso de cambio hacia una intensa actividad comercial y de servicios



ANÁLISIS DE LOCALIZACIÓN



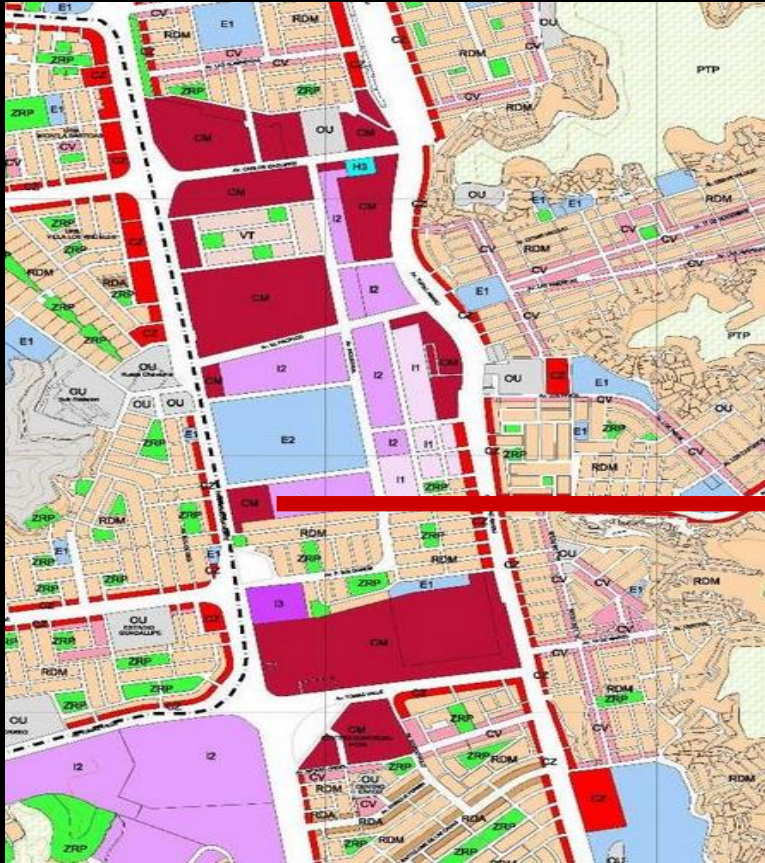
CUADRO DE DATOS TECNICOS

VERTICE	LADO	DISTANCIA	ANGULO	COORDENADAS UTM (WGS-84)	
				ESTE (X)	NORTE (Y)
A	A-B	80.57	90°34'16"	275489.73	8672497.52
B	B-C	138.90	89°48'16"	275499.72	8672423.9
C	C-D	80.85	90°55'35"	275640.48	8672443.5
D	D-A	138.65	88°41'54"	275631.31	8672518.19

Area: 11178.36 M2 Perimetro: 438.70 ML

ANÁLISIS DE LOCALIZACIÓN

Zonificación de la Zona Comercial Industrial



ZONIFICACION DEL TERRENO:
COMERCIO
METROPOLITANO

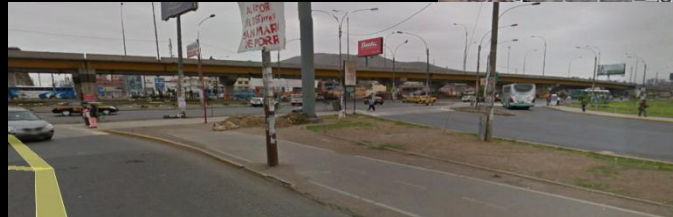
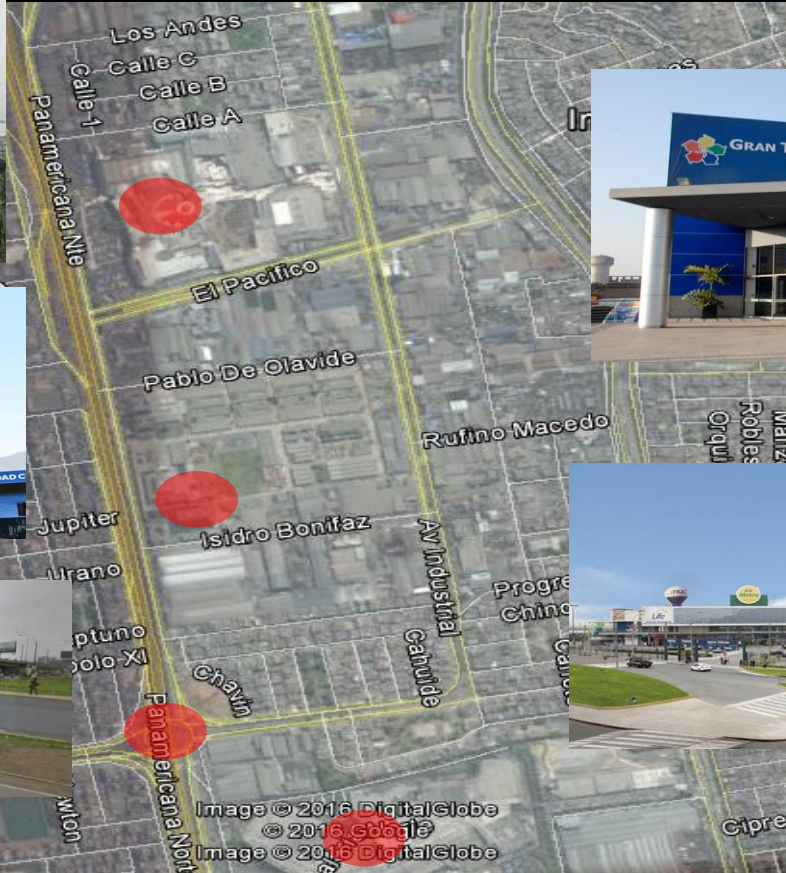
ASPECTOS DEL ENTORNO

Imagen Urbana : Bordes



ASPECTOS DEL ENTORNO

Imagen Urbana : Hitos y Nodos



ASPECTO SOCIO-ECONÓMICO

Aspecto socioeconómico de los potenciales usuarios



Según el censo del INEI, Lima Norte cuenta con el 24,6% de población total de Lima Metropolitana, lo cual vendría a ser de 2 083 583 habitantes. El distrito de Independencia cuenta con 216 822 habitantes (según las últimas proyecciones hechas hasta el 2015), la cual vendría a ser el 2,8% del total de Lima Metropolitana.

ASPECTO SOCIO-ECONÓMICO

Jóvenes con diferentes clases socioeconómicas



Comerciante emprendedor



Trabajador dependiente



Empresario



Jóvenes padres de familia



Jóvenes estudiantes de colegio



Jóvenes estudiantes universitarios/técnicos

DESCRIPCION DEL PROYECTO

CARACTERISTICAS DEL LUGAR SELECCIONADO

Para el diseño se contempló los parámetros urbanísticos dados por la Sub Gerencia de Gestión Urbana y Sub Gerencia de Obras Privadas Control Urbano y Transporte Vial de la Municipalidad de Independencia.

Área Territorial: Distrito de Independencia.

Área de Actuación Urbanística: Área de estructuración Urbana I.

Zonificación: CM (Comercio Metropolitano).

Uso Permisible Compatible: Comercio Metropolitano, Residencia Densidad Alta.

Usos: Comercio

Densidad Neta: 300,000 a 1`000,000 ha/hab.

CARACTERISTICAS DEL LUGAR SELECCIONADO

Coefficiente máximo y mínimo de edificación: Resultante del proyecto (Condicionado por el porcentaje de área libre y número de pisos, de acuerdo al uso).

Porcentaje mínimo de área libre: No exigible para uso comercial.

Altura de Edificación: $1.5(a+r)$

Retiros: 5.00 ml (frente a Av. Alfredo Mendiola).

5.00 ml (frente a Av. Isidro Bonifaz).

JUSTIFICACION Y VIABILIDAD DEL PROYECTO

➤ Legal

El proyecto cumple con la viabilidad legal porque incluye en su desarrollo integral las bases normativas urbanas y parámetros municipales. Por otro lado se cuenta con el apoyo de la Municipalidad del distrito ya que la localización del proyecto es propicia y fundamental para el funcionamiento del Centro Comercial ya que está dentro del eje comercial más concurrido de la zona.

➤ Social

El proyecto busca tomar posesión de la zona como un centro comercial icónico de la ciudad, donde no solo se centrara la diversificación comercial, la justificación más importante que podamos tener es la de saber que el edificio brindara los aportes necesarios para la ciudad y los habitantes mediante numerosos espacios públicos carentes en la Zona Comercial de Independencia.

JUSTIFICACION Y VIABILIDAD DEL PROYECTO

➤ Económica

La Inversión:

En cuanto a la inversión que este proyecto requiere, se han desarrollado cuadros para conocer los costos aproximados que demandarían la gestión y posterior construcción del edificio. En cuanto al financiamiento se va gestionar el apoyo económico de las marcas que entren a operar a las tiendas anclas (Saga Falabella, Cine Planet) haciendo posible el ingreso de al menos un 35% del capital a invertir haciendo concesión por los primeros 3 o 4 años.

COSTO DEL TERRENO	\$6,203,989.80
PROYECTO (EXPEDIENTE TECNICO)	\$1,520,416.43
CONSTRUCCION	\$60,602,048.00
SERVICIOS PÚBLICOS	\$3,030,102.40
PERMISOS Y ASPECTOS LEGALES	\$152,541.64
GASTOS DE GESTION	\$404,425.00
TOTAL DE EGRESOS (US \$)	\$71,913,523.27
INVERSION DEL GRUPO CONSTRUCTOR	\$46,743,790.13
INVERSION DE MARCAS ANCLAS	\$25,169,733.14

JUSTIFICACION Y VIABILIDAD DEL PROYECTO

COSTO TOTAL DEL PROYECTO

ITEM	DESCRIPCION	UNIDAD	METRADO	P. UNITARIO (\$)	VALOR PARCIAL (\$)
1.00	Terreno				\$6,203,989.80
1.01	Costo del terreno	m2	11,178.36	\$500.00	\$5,589,180.00
1.02	Impuesto de Alcabala	glb	\$5,589,180.00	10%	\$558,918.00
1.03	Gastos Notariales	glb	\$558,918.00	5%	\$27,945.90
1.04	Gastos Registrales	glb	\$27,945.90	5%	\$27,945.90
2.00	Proyecto				\$1,520,416.43
2.01	Proyecto (Expediente Tecnico)	m2	63,615.75	\$23.90	\$1,520,416.43
3.00	Construccion				\$60,602,048.00
3.01	Ejecucion de la obra	m2	75,660.75	\$800.97	\$60,602,048.00
4.00	Servicios Públicos				\$3,030,102.40
4.01	Luz, agua, desague, gas	glb	1	\$1,515,051.20	\$1,515,051.20
4.02	Pistas y veredas	glb	1	\$1,515,051.20	\$1,515,051.20
5.00	Permisos y Aspectos Legales				\$152,541.64
5.01	Asesoría legal	und	1	500	500
5.02	Revisión de Anteproyecto	\$	1,520,416.43	5%	\$76,020.82
5.03	Licencia de obra + revisión	\$	1,520,416.43	5%	\$76,020.82
6.00	Gastos de Gestión				\$404,425.00
6.01	Gestión de Proyecto	glb	1	\$404,425.00	\$404,425.00
				TOTAL EGRESOS	\$71,913,523.27

JUSTIFICACION Y VIABILIDAD DEL PROYECTO

COSTO DE ALQUILER DE LOCALES

LOCALES COMERCIALES PEQUEÑOS	AREA ARRENDABLE M2	PRECIO ALQUILER (USD/M2)	TOTAL MENSUAL	PROMOCION Y PUBLICIDAD	TOTAL ANUAL
Locales de Comercio Tecnológico	1985	\$90.00	\$178,650.00	\$17,865.00	\$2,358,180.00
Locales de Servicio Técnico	1560	\$90.00	\$140,400.00	\$14,040.00	\$1,853,280.00
Modulos de Comida rapida	420	\$90.00	\$37,800.00	\$7,560.00	\$544,320.00
* Locales de comida rapida aportaran el 25% en gastos de publicidad y mantenimiento de recintos.					
LOCALES COMERCIALES MEDIANOS	AREA ARRENDABLE M2	PRECIO ALQUILER (USD/M2)	TOTAL MENSUAL	PROMOCION Y PUBLICIDAD	TOTAL ANUAL
Locales de Entretenimiento	800	\$80.00	\$64,000.00	\$6,400.00	\$844,800.00
Locales de Comercio Tecnológico	365	\$80.00	\$29,200.00	\$2,920.00	\$385,440.00
Locales de ropa y accesorios	3200	\$80.00	\$256,000.00	\$25,600.00	\$3,379,200.00
LOCALES COMERCIALES GRANDES	AREA ARRENDABLE M2	PRECIO ALQUILER (USD/M2)	TOTAL MENSUAL	PROMOCION Y PUBLICIDAD	TOTAL ANUAL
Locales de Entretenimiento	1840	\$65.00	\$119,600.00	\$11,960.00	\$1,578,720.00
Locales de servicios	1075	\$65.00	\$69,875.00	\$6,987.50	\$922,350.00
Locales de venta	1100	\$65.00	\$71,500.00	\$7,150.00	\$943,800.00
RENTA TOTAL MENSUAL	\$967,025.00				
RENTA TOTAL ANUAL	\$12,810,090.00				

JUSTIFICACION Y VIABILIDAD DEL PROYECTO

CUADRO DE RESUMEN DE COSTOS

Áreas	
Área de terreno	11,178.36
Área libre	12,045.00
Área Total Construida	63,615.75
Área Neta Vendible	12,345.00

Ingresos Locales Comerciales	
Ingresos Anuales	\$12,810,090.00

Egresos	
Administración, Mantenimiento y Operatividad	\$640,504.50
Total Egresos Anuales	\$7,686,054.00

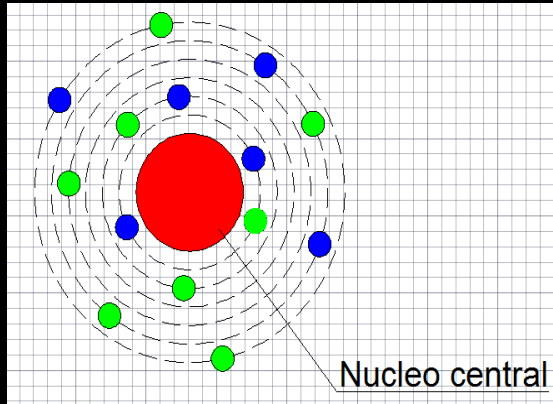
Inversión	
Total de Inversión de grupo constructor	\$46,743,790.13
Total de Inversión de marcas anclas	\$25,169,733.14
Total de Inversión	\$71,913,523.27

Factibilidad	
Ingresos Netos Anuales	\$12,810,090.00
Egreso Anual	\$7,686,054.00
Saldo de Operación Anual	\$5,124,036.00

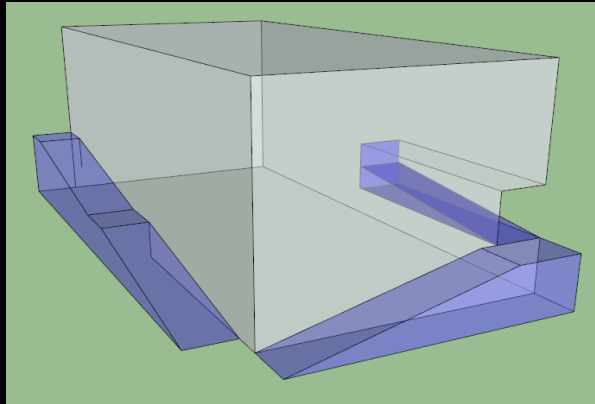
Tiempo de recuperación de inversión	7 años
--	---------------

CONSIDERACIONES SOBRE LA TOMA DE PARTIDO

Espacio Núcleo Central



Espacio de circulación envolvente



Caja Lúdica



DEFINICION DE LOS COMPONENTES DEL PROYECTO

El proyecto presenta 3 componentes principales en su edificación:

- **Centro Comercial**



DEFINICION DE LOS COMPONENTES DEL PROYECTO

- Plaza Central (espacio público)



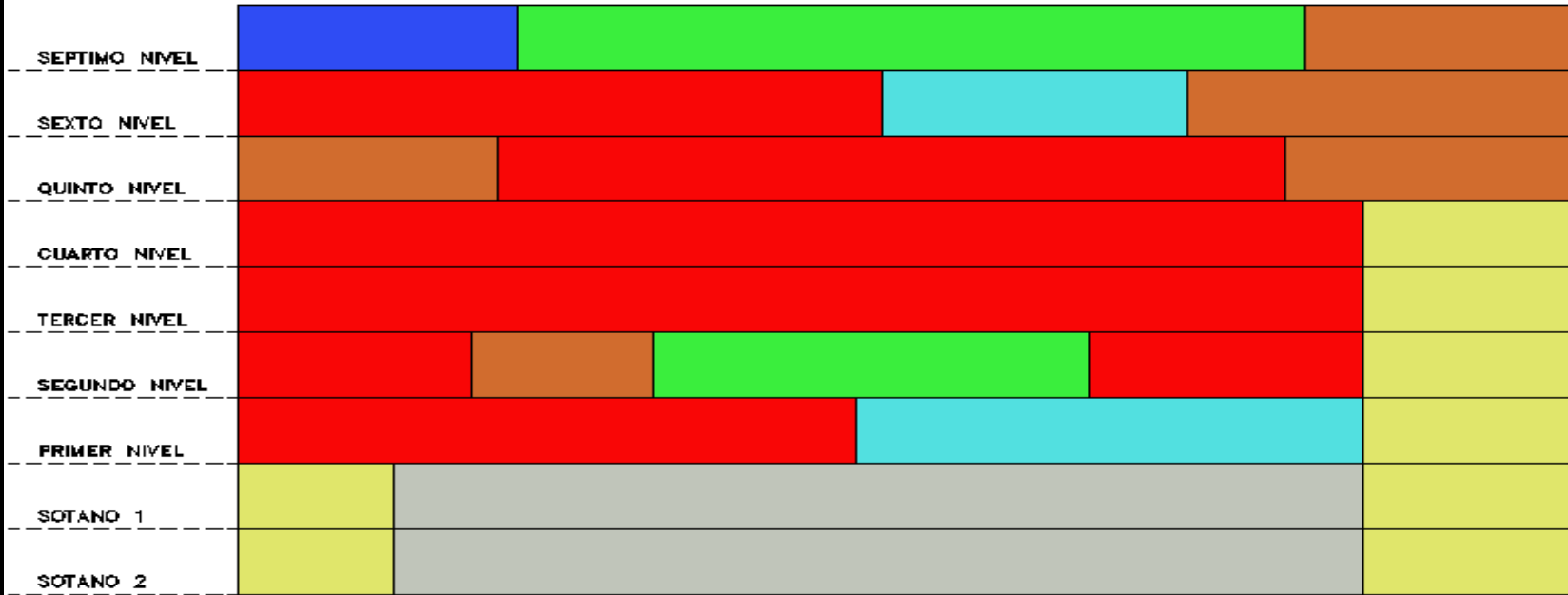
DEFINICION DE LOS COMPONENTES DEL PROYECTO

- Área de esparcimiento (Techo verde)



DEFINICION DE LOS COMPONENTES DEL PROYECTO

ZONIFICACION DEL CENTRO COMERCIAL



LEYENDA

ZONA DE ESTACIONAMIENTOS	Grigio
ZONA DE LOCALES COMERCIALES	Rojo
ZONA DE SERVICIOS DE ENTRETENIMIENTO	Naranja
ZONA DE SERVICIOS COMPLEMENTARIOS	Cian
ZONA DE SERVICIOS GENERALES	Amarillo
ZONA SOCIAL RECREATIVA	Verde
ZONA ADMINISTRATIVA	Azul

DEFINICION DE LOS COMPONENTES DEL PROYECTO

Organización de las tipologías propuesta en el proyecto

- **Consideraciones normativas**

Norma A0.10- Condiciones Generales de diseño

Norma A.070 – Comercio

Capitulo I – Aspectos Generales

Articulo I : Centro Comercial

Capitulo II – Condiciones de Habitabilidad y Funcionalidad

Articulo 5 : Iluminación

Articulo 6 : Ventilación

Articulo 7 : Sistemas de detención y extinción de incendios

Articulo 8 : Aforo del recinto comercial

Articulo 9 : Altura de edificación

Capitulo III – Características de los componentes

Articulo 10 : Ingresos para el público

DEFINICION DE LOS COMPONENTES DEL PROYECTO

Articulo 11 : Dimensionalidad de vanos

Articulo 12 : Mecanismos de puertas de evacuación

Articulo 13 : Dimensionalidad de pasajes de circulación

Articulo 14 : Material de acabado para pisos

Articulo 15 : Dimensionalidad de locales comerciales

Capitulo IV – Dotación de servicios

Articulo 20 : Ubicación de servicios higiénicos

Articulo 21 : Provisión de servicios higiénicos para personal o empleados

Articulo 22 : Provisión de servicios higiénicos locales restarurantes, pubs, discotecas

Articulo 26 : Provisión de servicios higiénicos para locales de diversión o entretenimiento

Articulo 28 : Numeración de aparatos sanitarios

Articulo 29 : Numeración de aparatos sanitarios para discapacitados

Estacionamientos

Articulo 30 : Estacionamientos dentro del predio , o alrededor, predios colindantes

Articulo 31 : Ubicación de patio de maniobras para recepción de mercadería

Norma A.130 – Requisitos de Seguridad

DEFINICION DE LOS COMPONENTES DEL PROYECTO

- **Consideraciones espaciales y dimensionamiento comercial**

El espacio comercial es un lugar donde el intercambio de bienes, servicios e incluso ideas debe proyectar un imagen única que agregue valor y recordación.

Distribución lineal

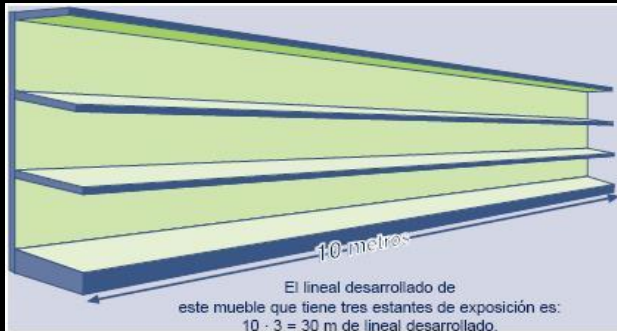


DEFINICION DE LOS COMPONENTES DEL PROYECTO

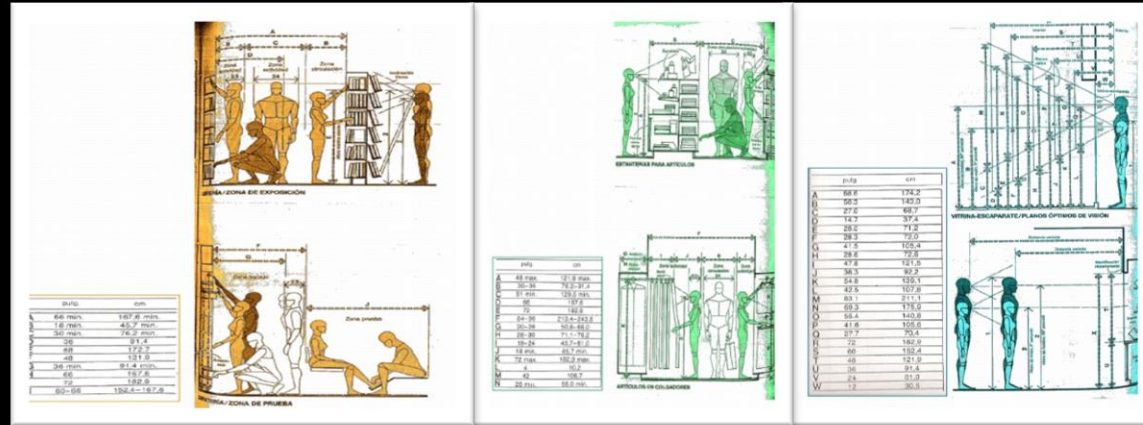
Lineal a ras del suelo



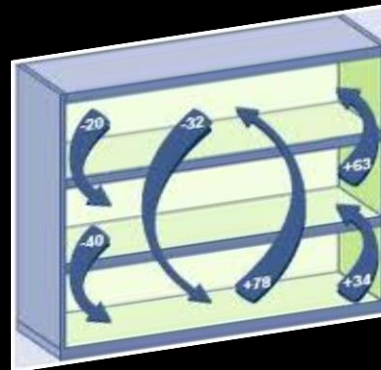
Lineal desarrollado



Antropometría

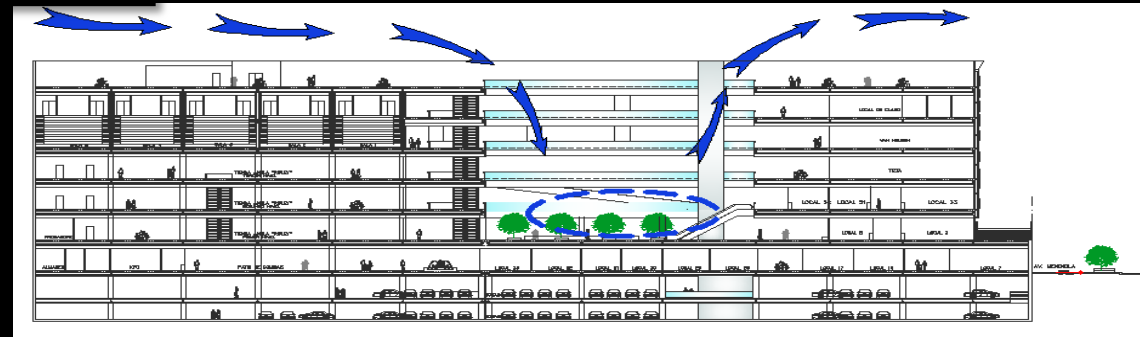
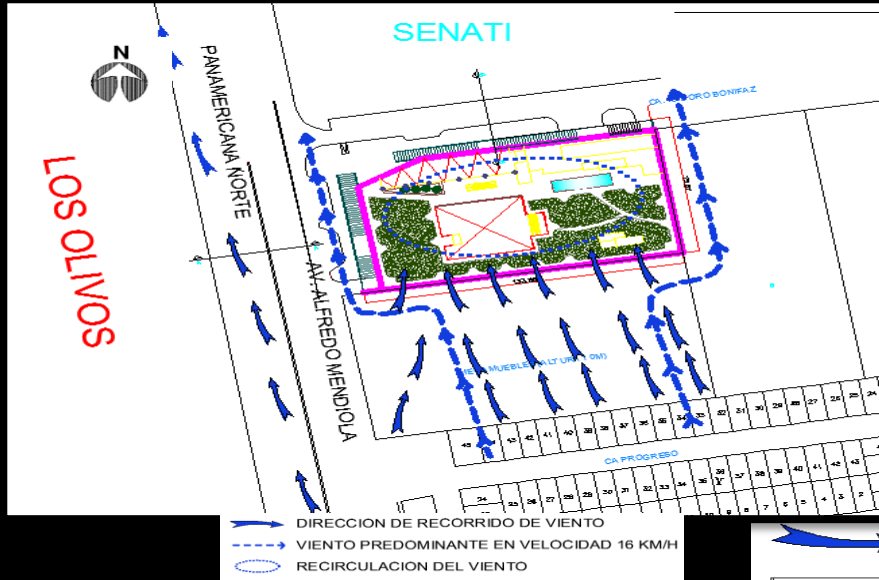


Niveles de lineal

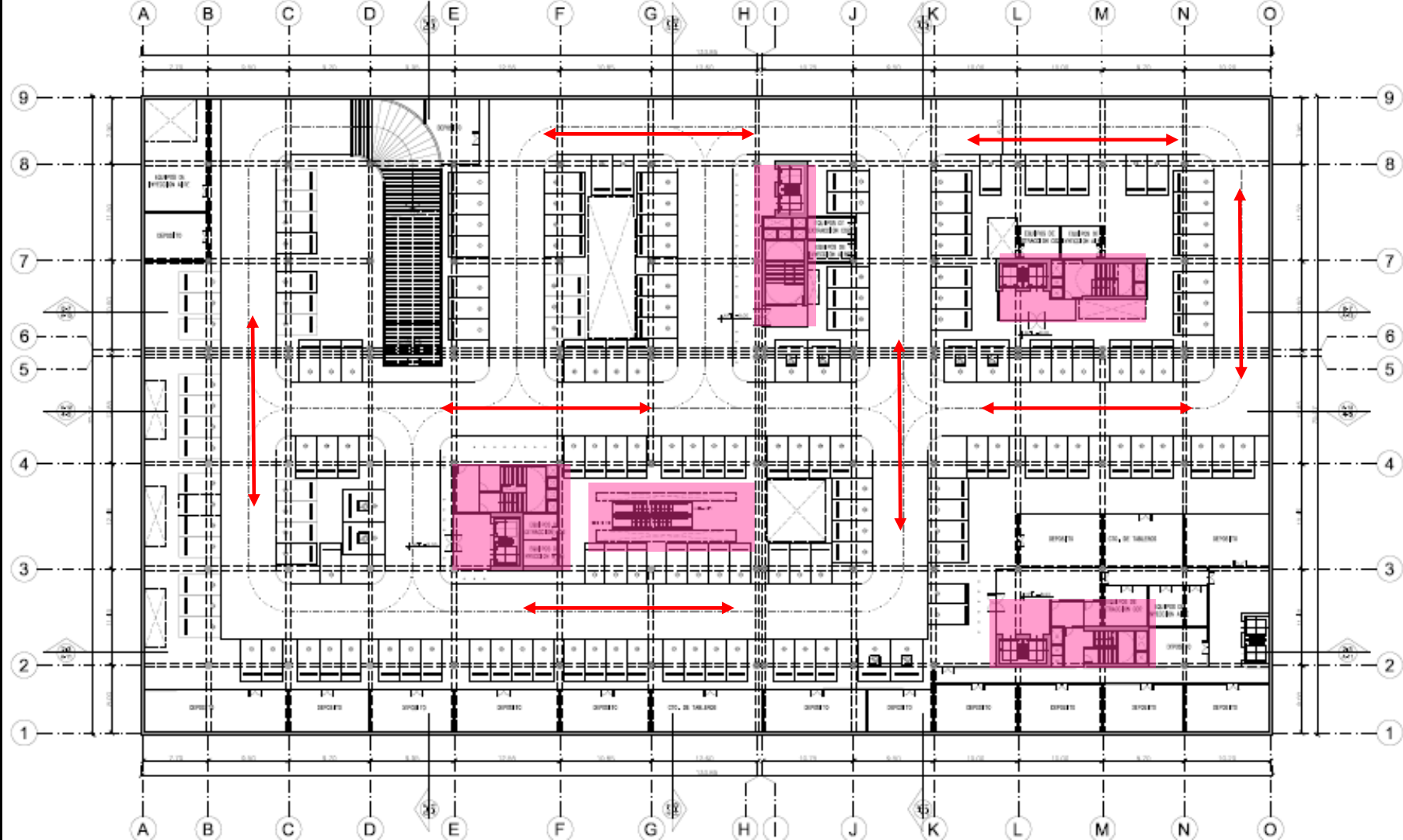


DEFINICION DE LOS COMPONENTES DEL PROYECTO

- Consideraciones ambientales: ventilación y asoleamiento

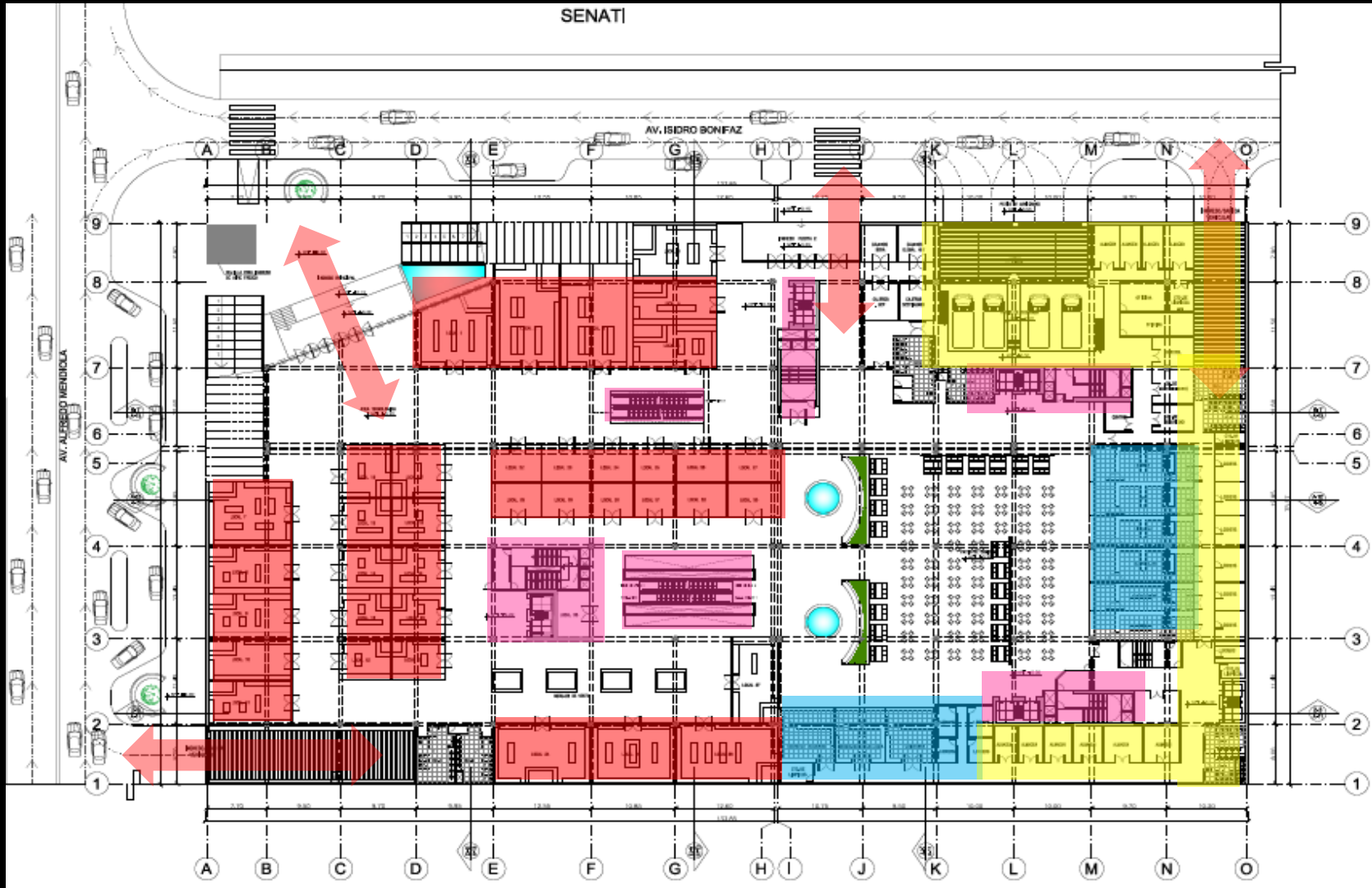


PLANOS DEL PROYECTO

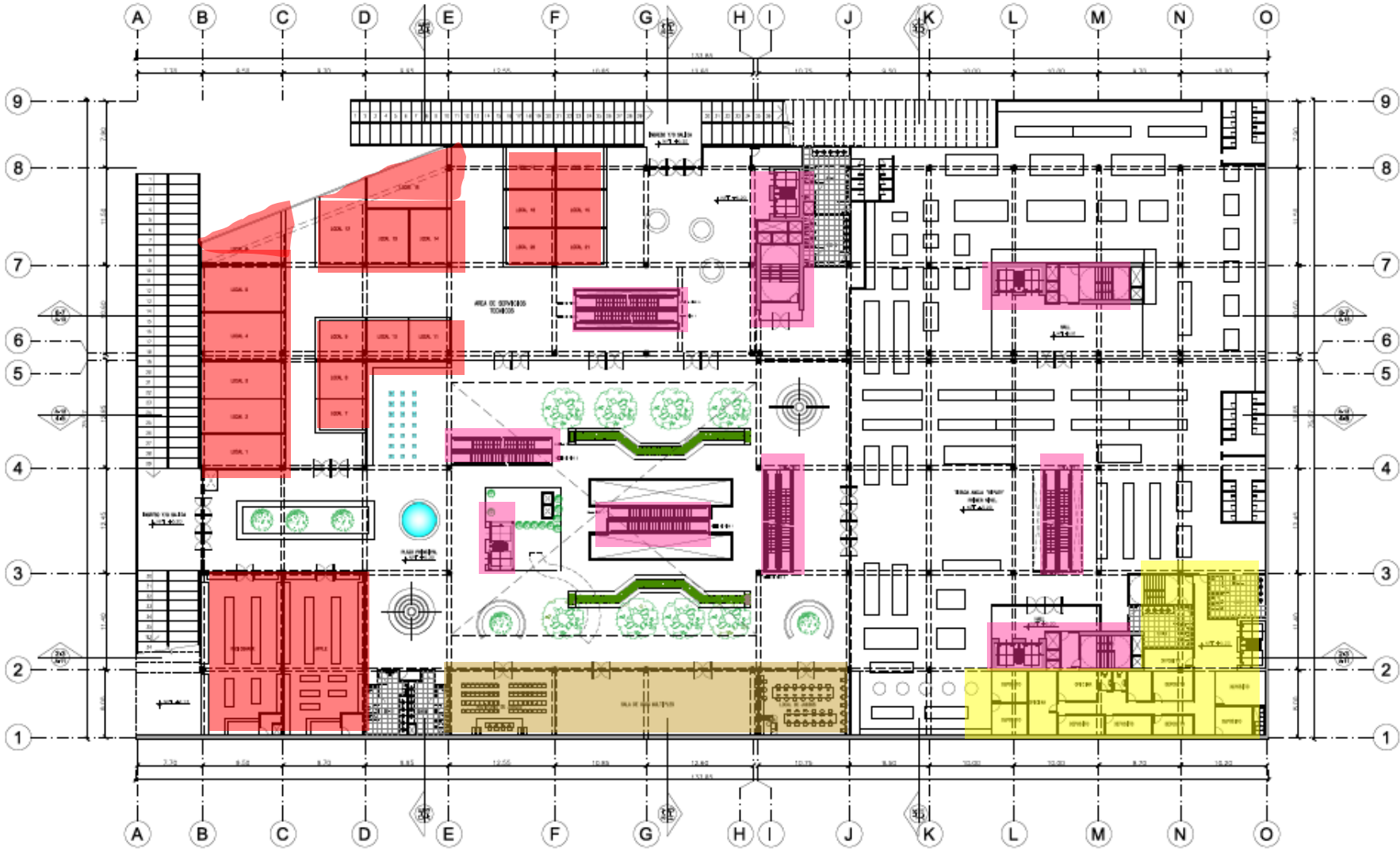


PLANTA NIVEL -8.00. SOTANO 2

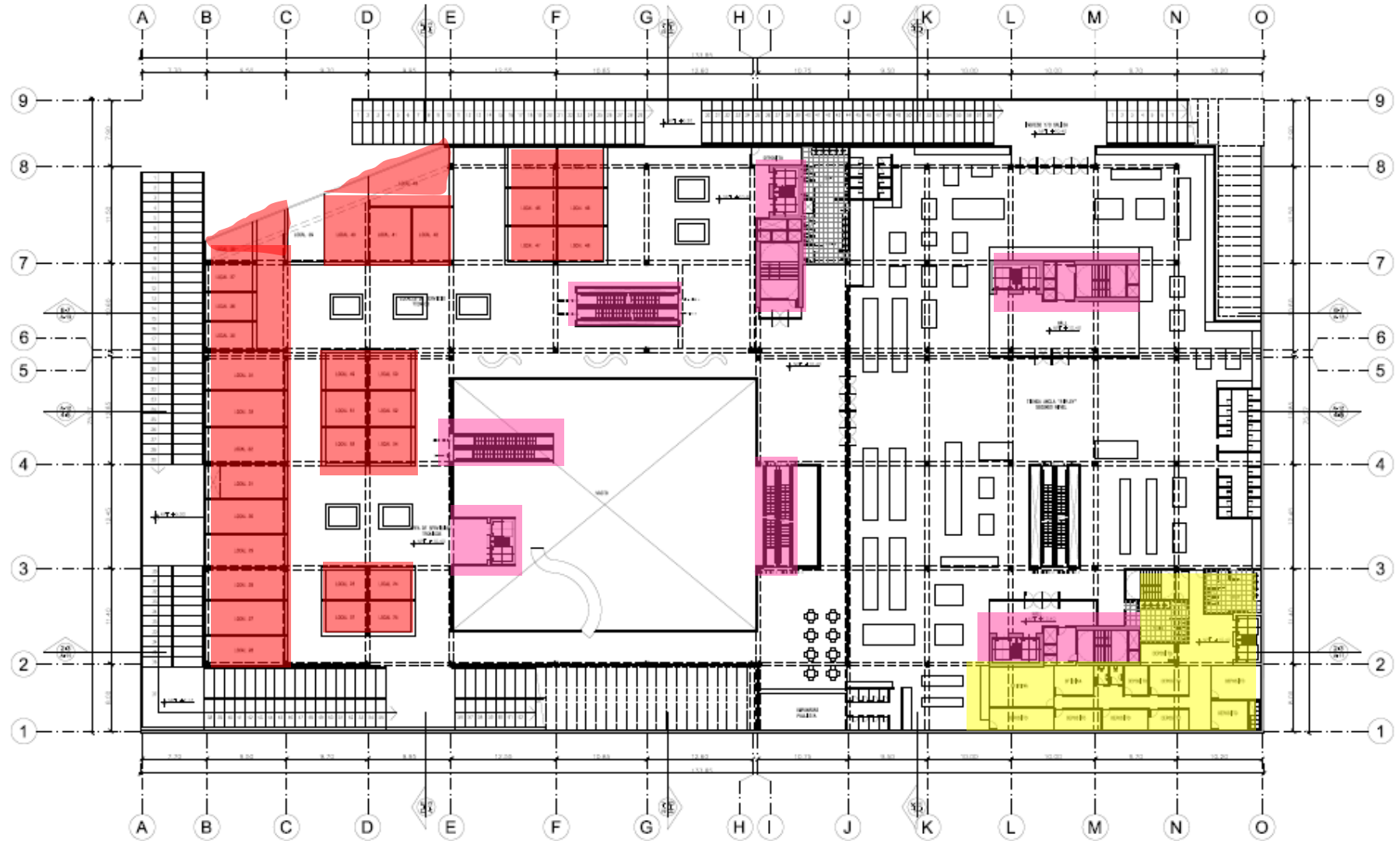
SENATI



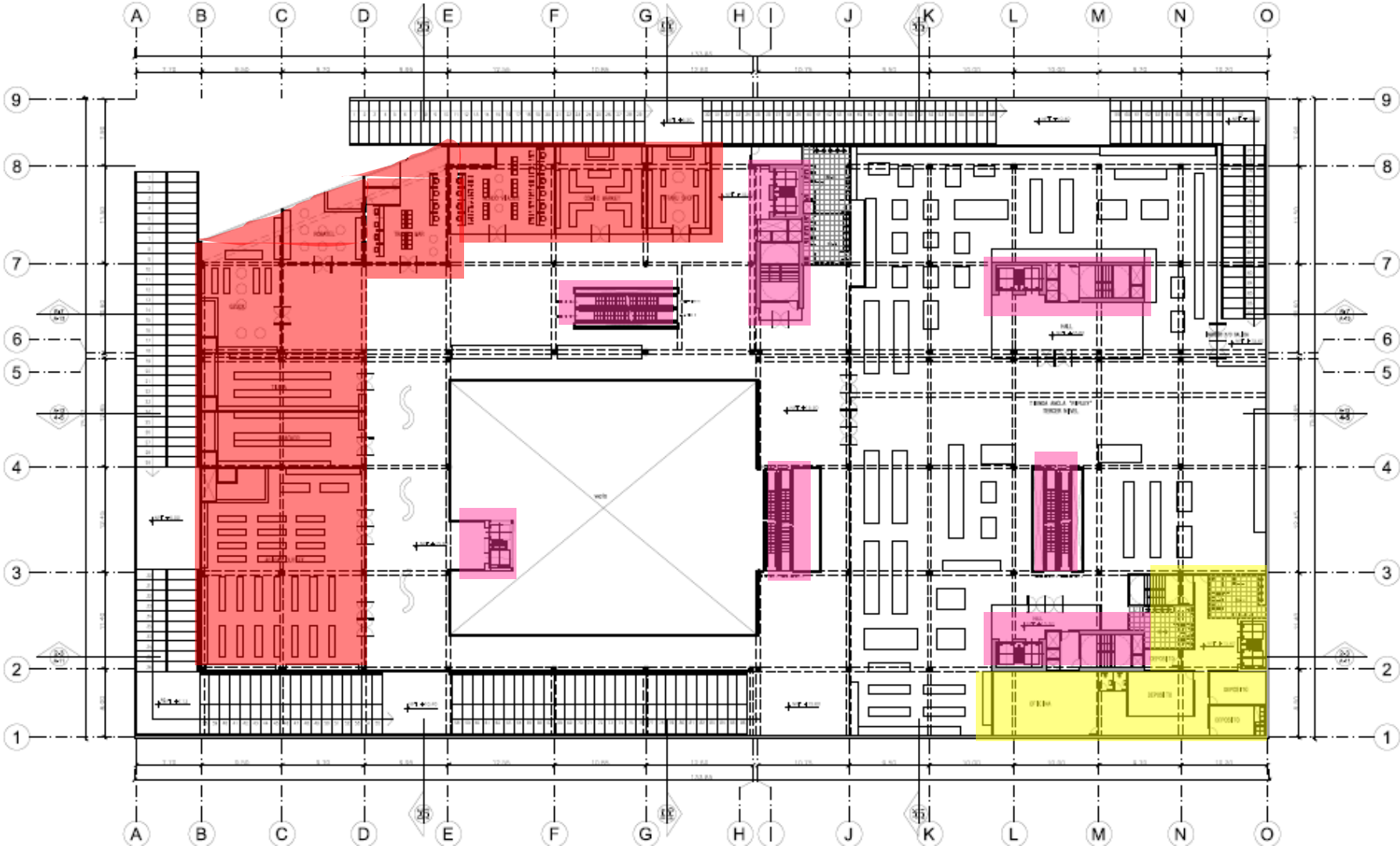
PLANTA NIVEL +0.30. PRIMER PISO



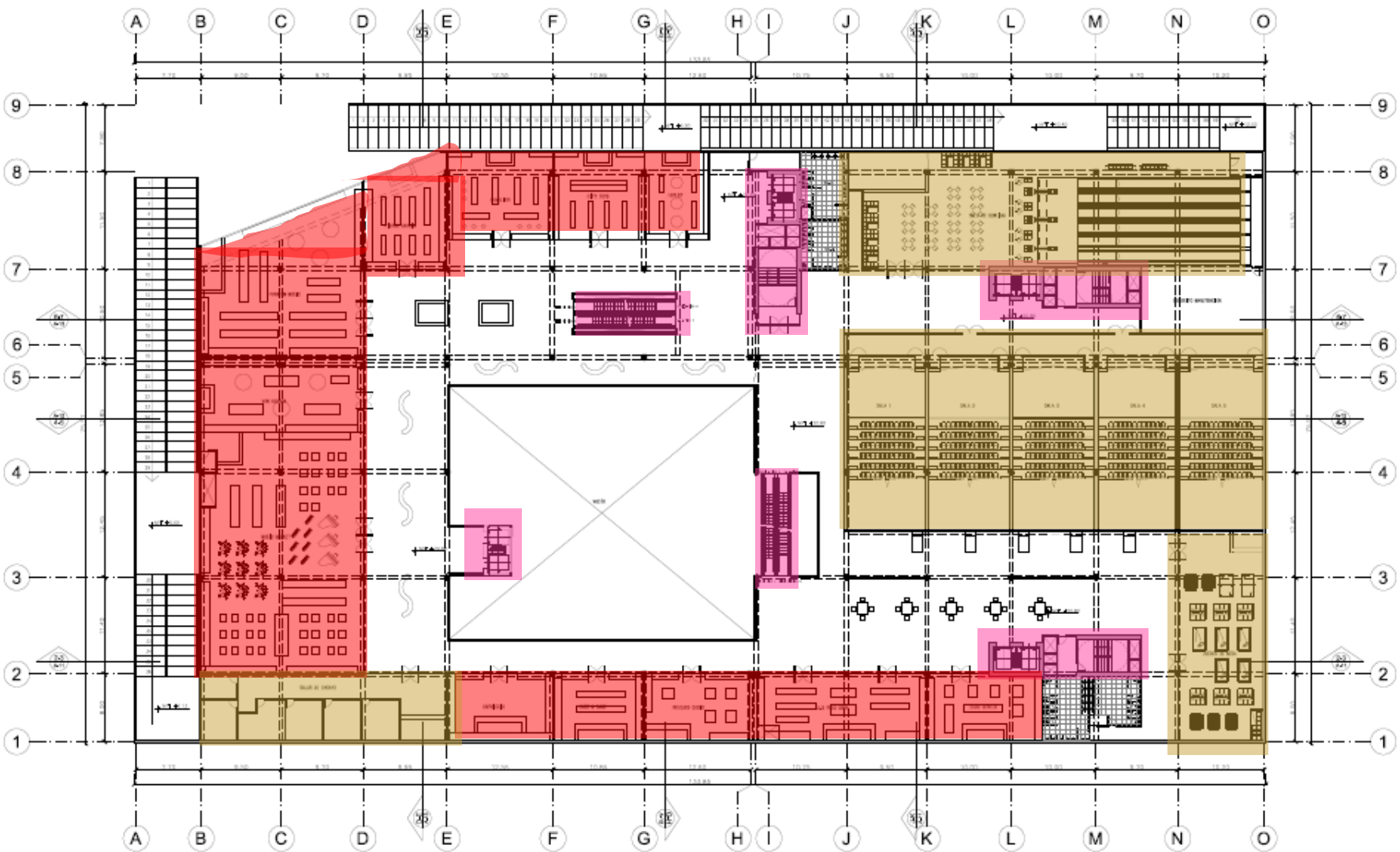
PLANTA NIVEL +5.20. SEGUNDO PISO



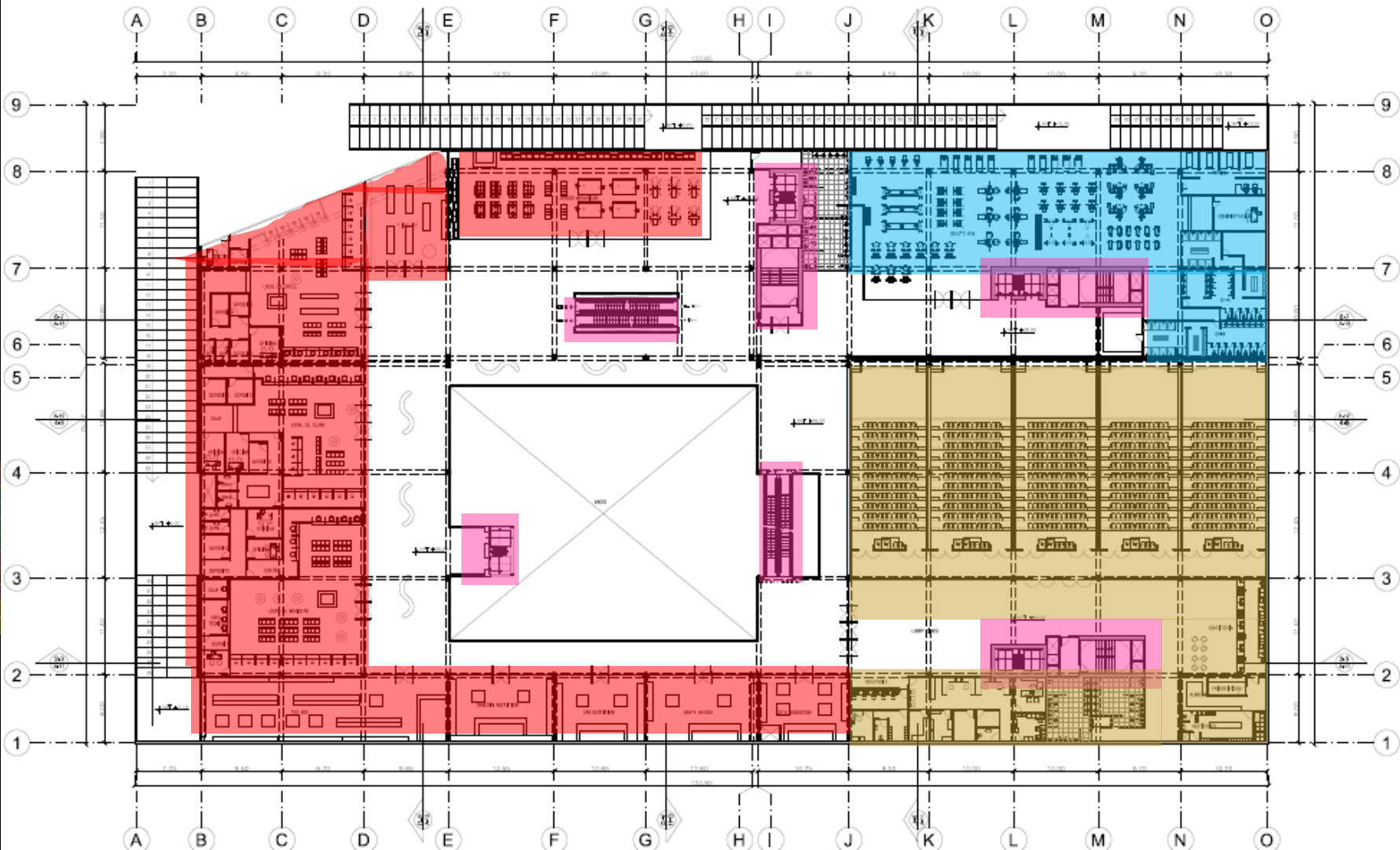
PLANTA NIVEL +10.40. TERCER PISO



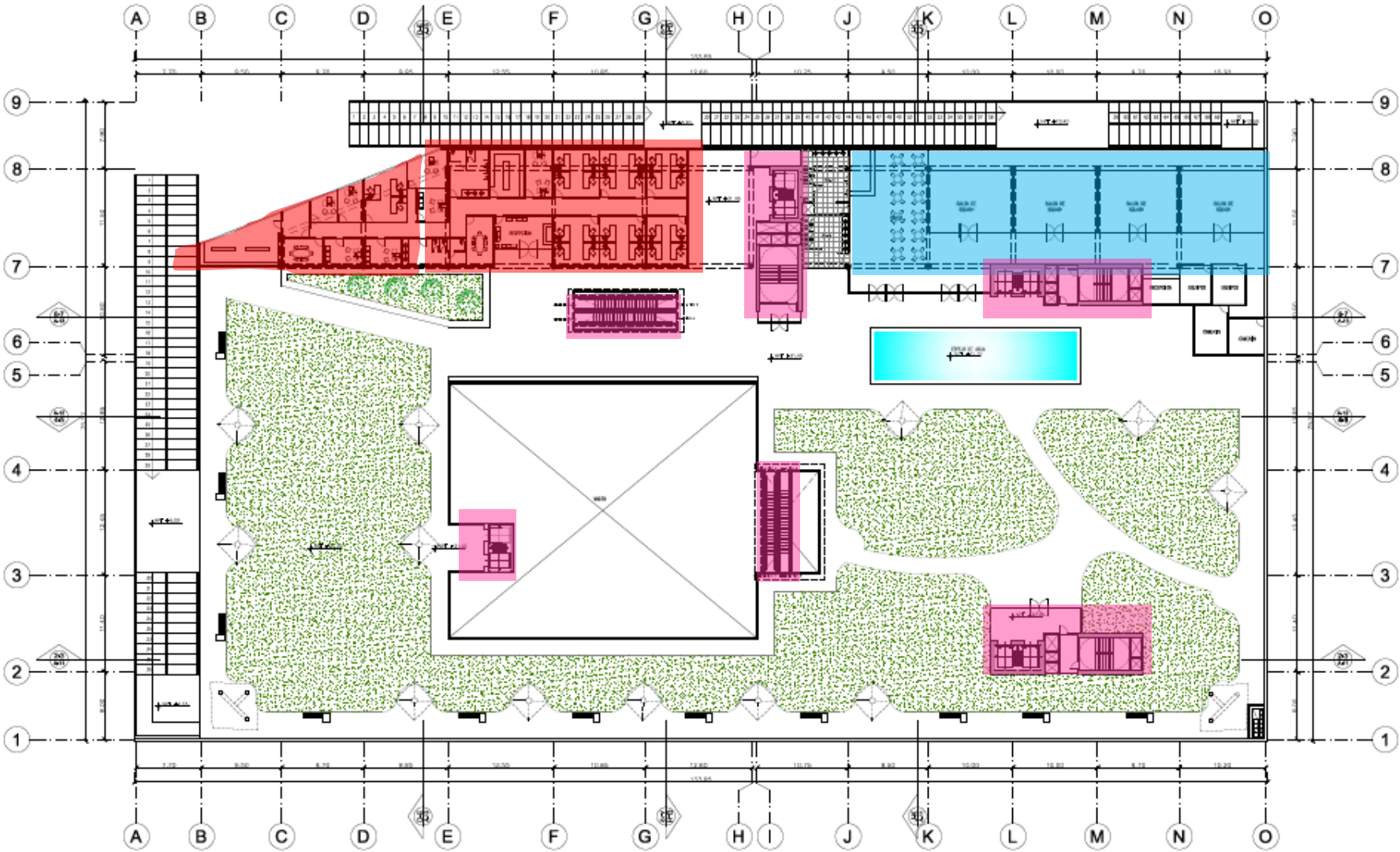
PLANTA NIVEL +15.60. CUARTO PISO



PLANTA NIVEL +20.80. QUINTO PISO



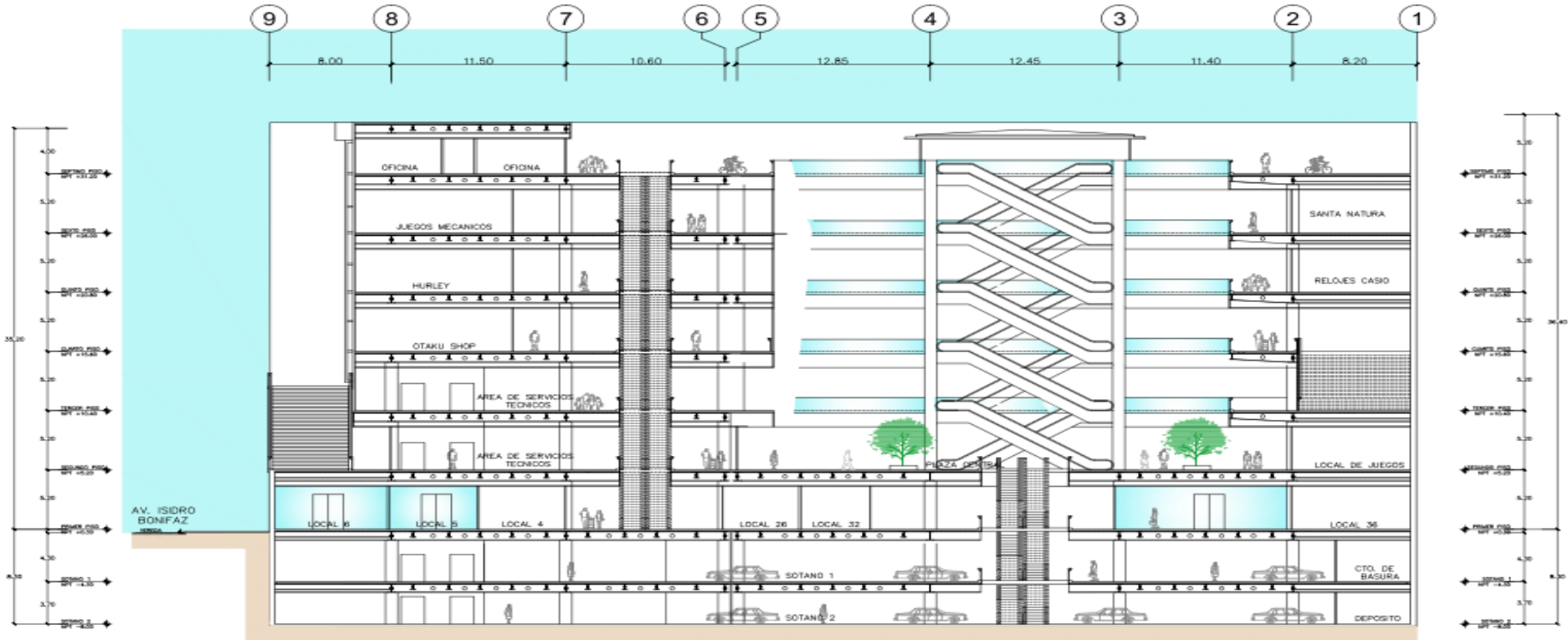
PLANTA NIVEL +26.00. SEXTO PISO



PLANTA NIVEL +31.20. SEPTIMO PISO

PLANOS DEL PROYECTO - DISTRIBUCIÓN

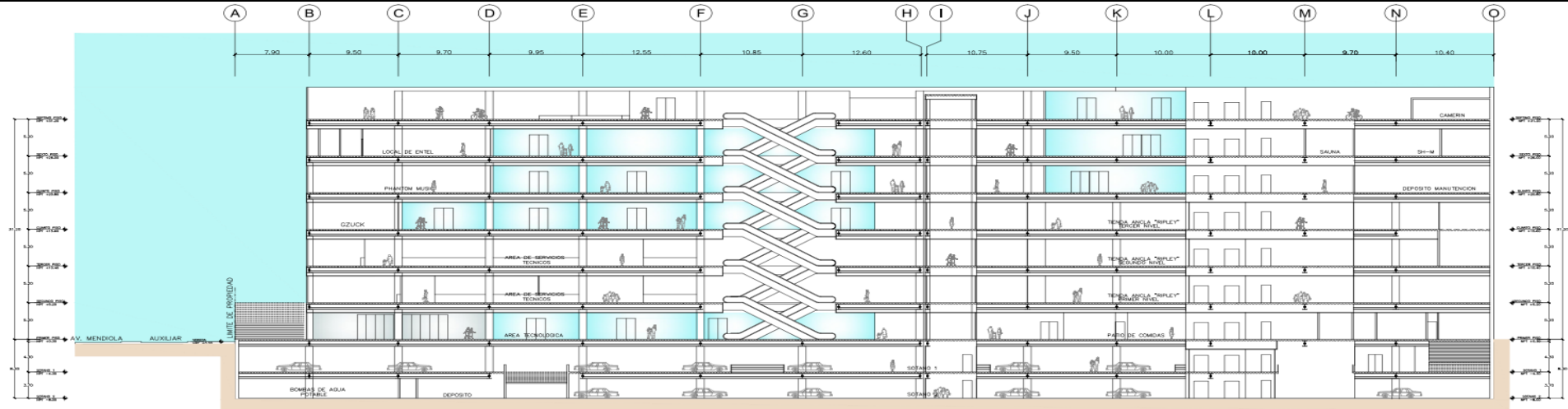
CORTE TRANSVERSAL G-H



CORTE G-H
ESCALA : 1/250

PLANOS DEL PROYECTO - DISTRIBUCIÓN

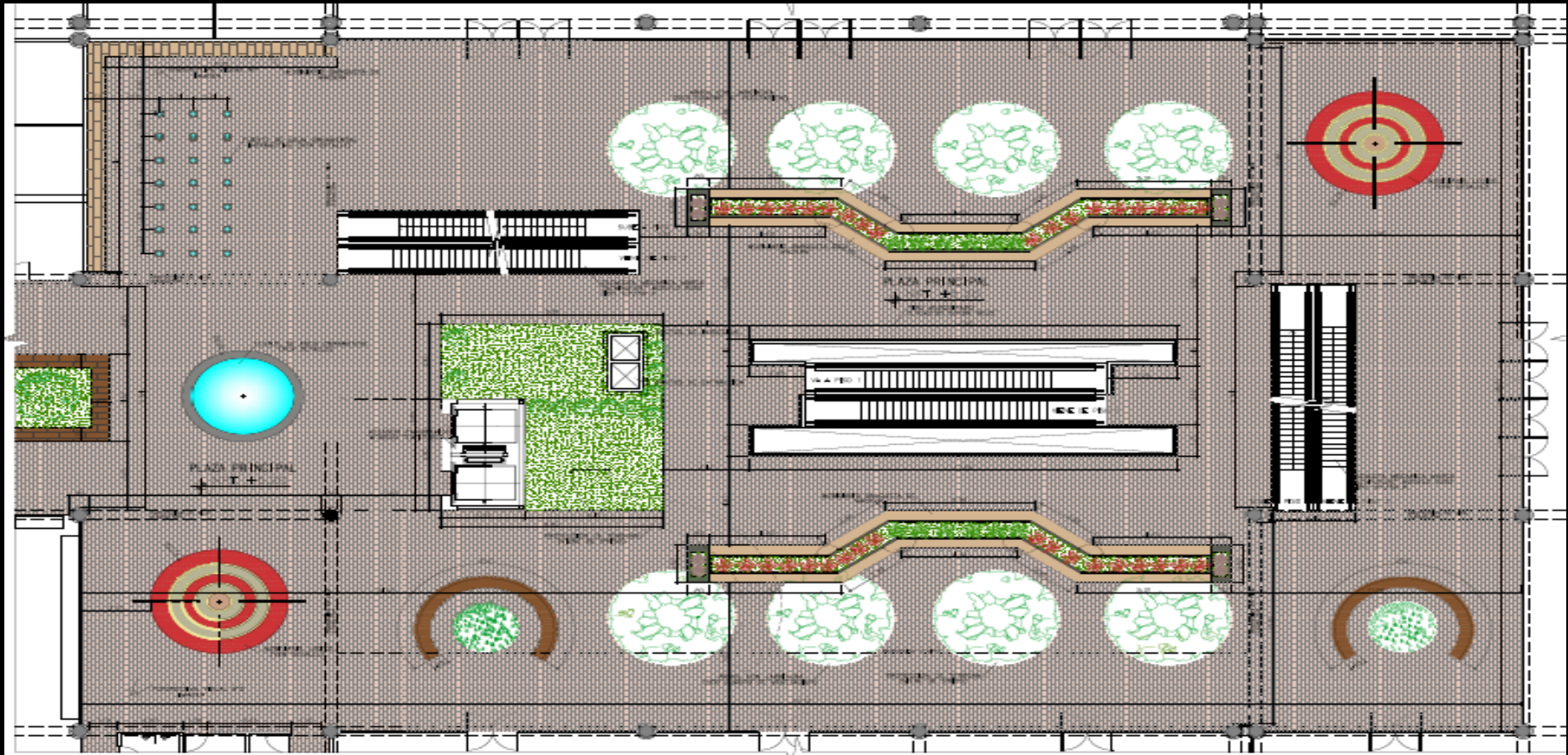
CORTE LONGITUDINAL 6-7



CORTE 6-7
ESCALA : 1/250

PLANOS DEL PROYECTO - DISTRIBUCIÓN

DESARROLLO DE PLAZA CENTRAL



PLANOS DEL PROYECTO - DISTRIBUCIÓN



Pennisetum Alopecuroides



Cupressus Macrocarpa



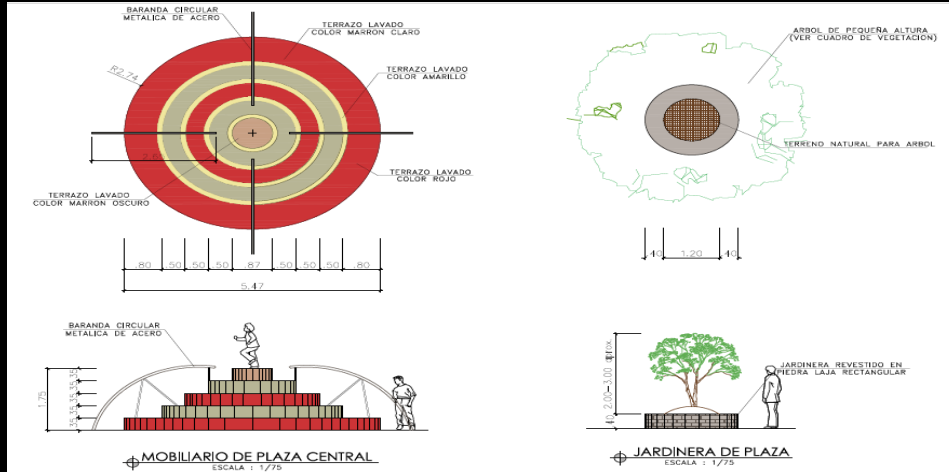
Aligustre



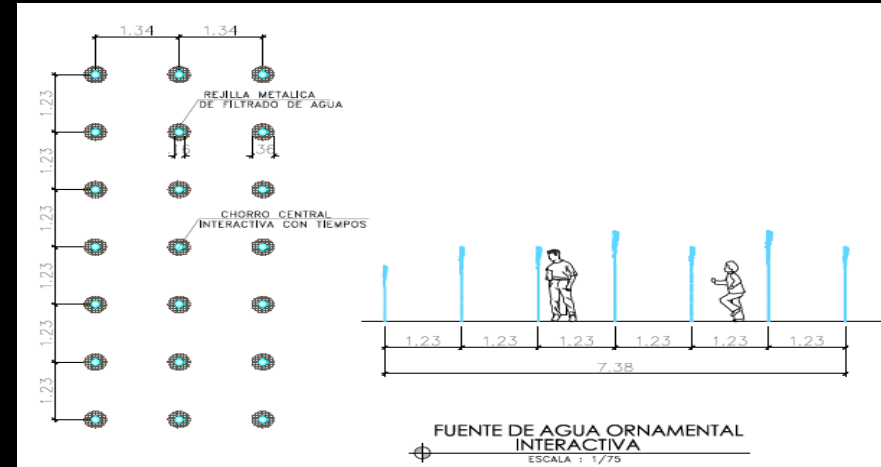
Glandularia Purchella

PLANOS DEL PROYECTO - DISTRIBUCIÓN

Mobiliarios lúdicos



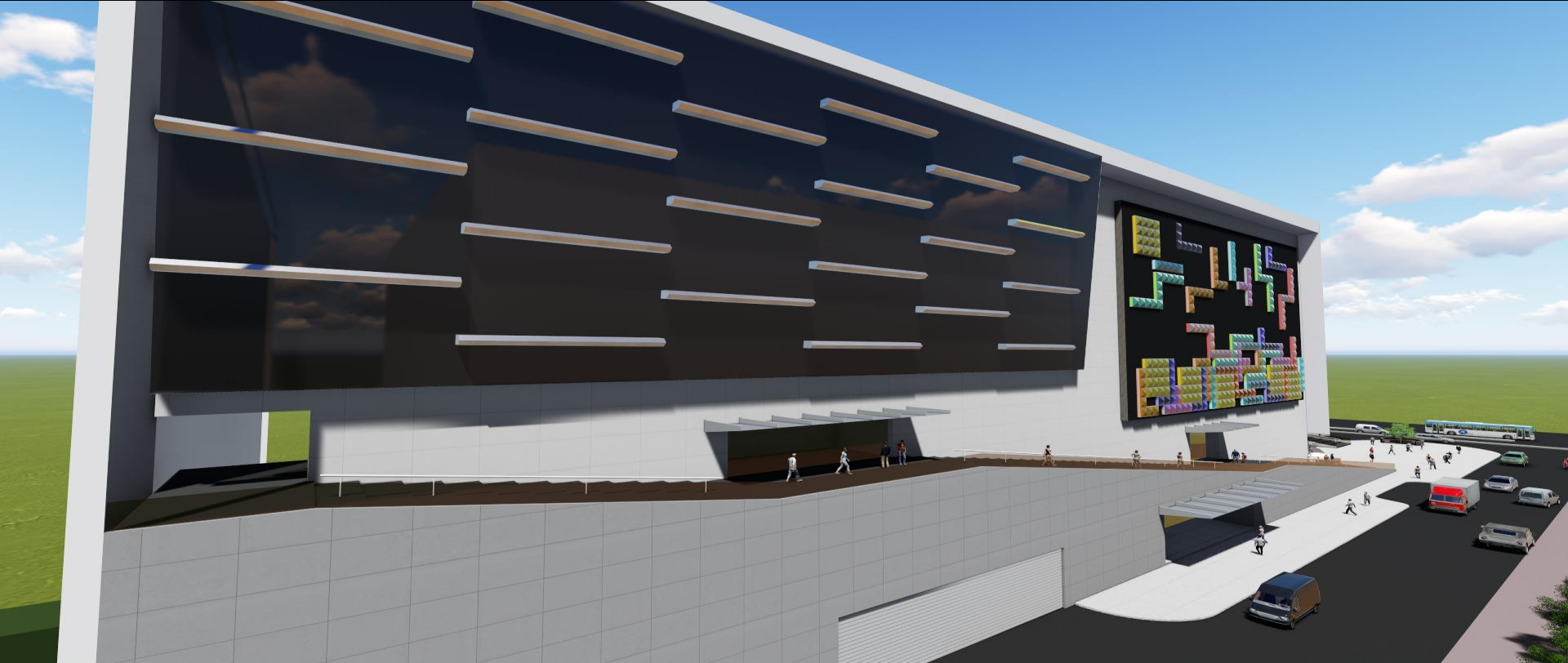
Fuentes de agua interactivas



IMAGENES DEL PROYECTO



Fachada del Centro Comercial



Fachada del Centro Comercial



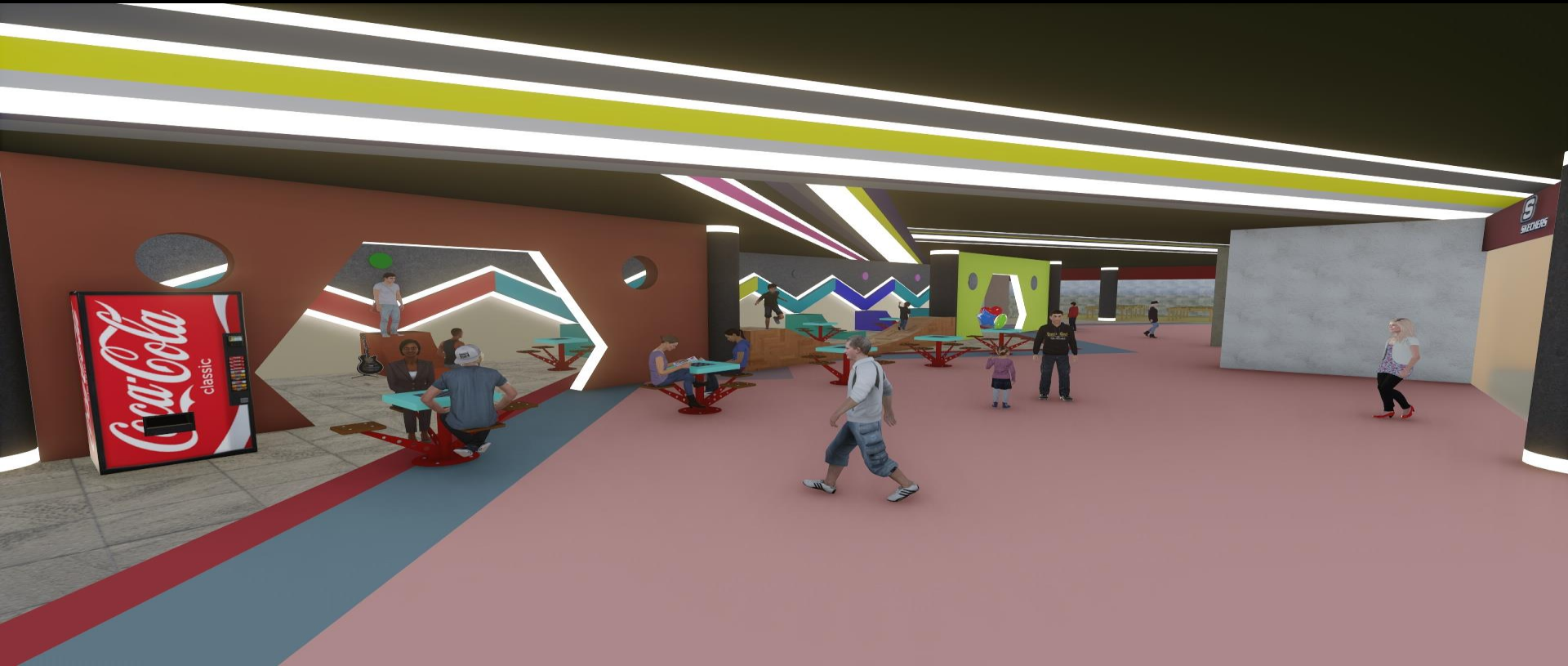
Fachada del Centro Comercial



Fachada del Centro Comercial



Interior Zona de juegos



Interior Zona de juegos



Interior Lobby cines



Interior Lobby cines



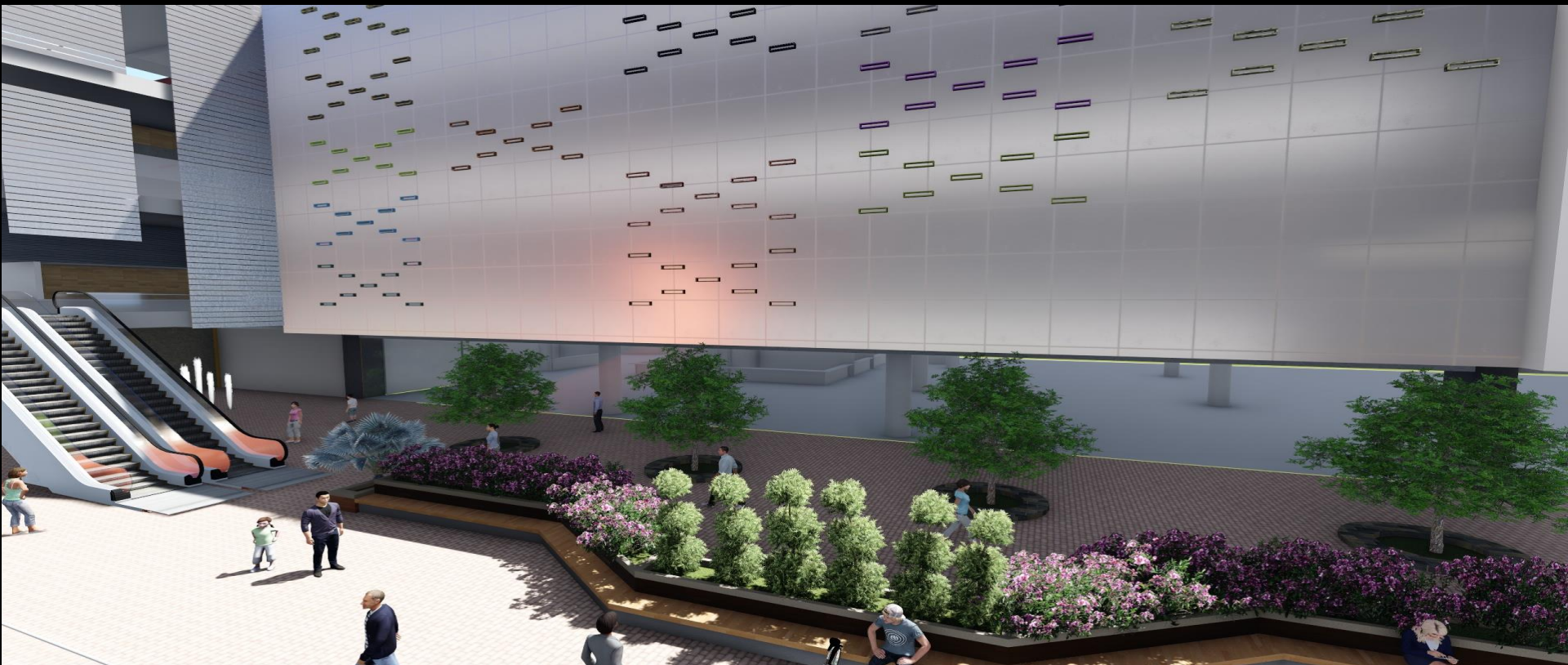
Interior de escalera de acceso



Plaza Central interior



Plaza Central interior



Plaza Central interior



Interior de Locales tecnológicos



Interior de Patio de comidas



Interior de edificio comercial



Interior de edificio comercial



Techo verde



Techo verde

GRACIAS