

**UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ**

**Colegio de Arquitectura y Diseño Interior**

**Remodelación y Replanteamiento del Centro Comercial Naciones Unidas para la adaptación del mismo a las nuevas necesidades urbanas.**

**Proyecto de investigación**

**Pamela Verónica Mejía Espinosa**

**Diseño Interior**

Trabajo de titulación presentado como requisito para la obtención del título de  
Licenciada en Diseño de Interiores

Quito, 19 de Diciembre de 2016

# UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ

## Colegio de Arquitectura y Diseño de Interior

### HOJA DE CALIFICACIÓN DE TRABAJO DE TITULACIÓN

**Remodelación y Replanteamiento del Centro Comercial Naciones Unidas para la adaptación del mismo a las nuevas necesidades urbanas.**

**Pamela Verónica Mejía Espinosa**

Calificación:

Nombre del profesor, Título académico

Andrea Pinto, MFA

Firma del profesor

---

Quito, 19 diciembre de 2016

## Derechos de Autor

Por medio del presente documento certifico que he leído todas las Políticas y Manuales de la Universidad San Francisco de Quito USFQ, incluyendo la Política de Propiedad Intelectual USFQ, y estoy de acuerdo con su contenido, por lo que los derechos de propiedad intelectual del presente trabajo quedan sujetos a lo dispuesto en esas Políticas.

Asimismo, autorizo a la USFQ para que realice la digitalización y publicación de este trabajo en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Firma del estudiante: \_\_\_\_\_

Nombres y apellidos: Pamela Verónica Mejía Espinosa

Código: 00107258

Cédula de Identidad: 1720079845

Lugar y fecha: Quito, 19 de diciembre de 2016

## RESUMEN

El proyecto a continuación es una propuesta de remodelación y replanteamiento del Centro Comercial Naciones Unidas para la adaptación del mismo a las nuevas necesidades urbanas a través de una arquitectura interior flexible y dinámica que permita satisfacer todas las exigencias de los usuarios de la zona (comercio, cultura, alimentación y ocio) . La estrategia compositiva y el concepto se basan en integrar el contexto ( el boulevard de las naciones unidas y el parque de la carolina) dentro del centro comercial provocando en el interior una simbiosis de elementos urbanos y naturales dispuestos de manera estratégica con el objetivo de que se beneficien las dos partes claves de un centro comercial: el vendedor y el consumidor.

## ABSTRACT

In the following project i will be remodeling and replaning “Centro Comercial Naciones Unidas” as well as giving it a different concept and perspective to adapt it to the new urban needs through a flexible and dynamic architecture that will satisfy local people requirements ( comerce, culture, feedeing, and leisure). The composition strategy and the concept are based on inserting the context ( “Boulevard de las Naciones Unidas y Carolina’s Park) into the project achieving an urban and natural space (symbiosis) composed in an strategic way, aiming to benefit both important parts in a shopping center: the seller and the buyer.

1	<u>Tabla de contenido</u>	
2	<b>PROPUESTA</b>	<b>8</b>
2.1	Título del Proyecto:	8
2.2	Planteamiento:	8
2.3	Ubicación:	8
2.4	Análisis del Sector:	9
2.5	<b>Puntos De Interés En El Sector</b>	<b>10</b>
2.5.1	Boulevard Naciones Unidas	11
2.5.2	Parque La Carolina	12
2.5.3	Plataforma Gubernamental de Gestión Financiera	13
2.5.4	Centro Comercial Iñaquito (CCI)	14
2.5.5	Centro Comercial El Caracol	15
2.5.6	Centro Comercial Unicornio	15
2.5.7	Quicentro Shopping	16
2.5.8	Mall el Jardín	17
2.6	Vías de Acceso	18
2.7	Target	18
2.8	Funcionamiento	19
2.9	Programación	19
3	<b>HISTORIA DEL CENTRO COMERCIAL</b>	<b>20</b>
4	<b>GENERALIDADES DEL CCNU</b>	<b>21</b>
5	<b>SITUACIÓN ACTUAL DEL CENTRO COMERCIAL</b>	<b>22</b>
5.1	Programación Actual	27
5.2	Funcionamiento actual	29
6	<b>ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DEL CENTRO COMERCIAL N.U</b>	<b>29</b>
6.1	Accesos y Fachadas	29
6.2	Circulaciones Verticales y Horizontales	34
7	<b>MULTICENTRO</b>	<b>35</b>
8	<b>LA CULTURA DEL COMPRADOR QUITEÑO</b>	<b>42</b>
9	<b>ARQUITECTURA COMERCIAL</b>	<b>43</b>
9.1	Tamaño de Centros Comerciales	43
9.2	Clasificación de Centros Comerciales	44
9.3	Tipos de Centros Comerciales	45
10	<b>PRECEDENTES DE CENTROS COMERCIALES</b>	<b>48</b>
10.1	L'illa Diagonal Shopping Center	48
10.2	Les Escales, Marruecos	50
10.3	Anti mal Super Pier, NY	52
10.4	Container Park, Las Vegas	54
11	<b>LOCALES GANCHO O ANCLA</b>	<b>55</b>
	• Centro comercial en línea recta:	55
11.1	Quicentro	58
11.2	CCI	58
11.3	Scala Shopping	59
11.4	Multicentro	59
12	<b>PATIOS DE COMIDA</b>	<b>60</b>

<b>13</b>	<b>ESPACIOS DE VENTA Y CIRCULACIONES HORIZONTALES.....</b>	<b>63</b>
<b>14</b>	<b>CIRCULACIONES VERICALES.....</b>	<b>69</b>
<b>15</b>	<b>ILUMINACION EN CENTROS COMERCIALES.....</b>	<b>71</b>
<b>16</b>	<b>ESTACIONAMIENTOS .....</b>	<b>75</b>
<b>17</b>	<b>REFERENCIAS.....</b>	<b>76</b>

## **2 PROPUESTA**

### **2.1 Título del Proyecto:**

Remodelación y Replanteamiento del Centro Comercial Naciones Unidas para la adaptación del mismo a las nuevas necesidades urbanas

### **2.2 Planteamiento:**

En vista de que en los últimos años la zona de la Naciones Unidas se ha desarrollado como un punto comercial referencial de la ciudad de Quito, mi proyecto de titulación consistirá en el la intervención y replanteamiento interior y exterior del Centro Comercial Naciones Unidades (ubicado en la av. Naciones unidas y Japón) para la adaptación del mismo a las necesidades de la zona y para el crecimiento de esta área comercial.

Una mejora de este centro comercial permitiría que el mismo se convierta en un punto atractivo y práctico de visitar permitiéndole competir contra los centros comerciales ya establecidos de la zona.

### **2.3 Ubicación:**

El Centro Comercial Naciones Unidas, ubicado en la Av. Naciones Unidas e5-47 y Japón, se encuentra en el corazón del sector financiero comercial de la ciudad de Quito. El potencial de la zona va en aumento con la construcción de nuevos edificios de vivienda y oficinas, la implantación de la plataforma financiera en la avenida Amazonas, con la mejora reciente de los centros comerciales, con la restauración de las veredas para la creación del boulevard de las naciones unidas y su constante decoración para la fascinación de los transeúntes.

**Figura 1.** Mapa de Ubicación del Centro Comercial Naciones Unidas



#### 2.4 Análisis del Sector:

El sector de las Naciones Unidas se define por ser:

- Altamente Cooperativo : destacándose hacia el oeste del centro comercial naciones unidas con cuadras enteras de edificios de oficinas, bancos, corte judicial, registro civil , entidades financieras y del gobierno.
  - Grupo de trabajadores, clase social media, gerentes, oficinistas, etc.
- Altamente Residencial: En este sector se encuentra uno de los puntos residenciales más importantes de la ciudad como lo es la República del Salvador.
  - Media- Alta, Alta
- Altamente Comercial: 7 centros comerciales en el sector que reúnen a un grupo de personas interesadas en intercambiar su dinero con productos.

- Clase Social Media, media-alta.

Estos tres tipos de asentamiento urbano influye a la dinámica y funcionamiento del sector permitiéndole estar activo de Lunes a Domingo las 24 horas del día ya que la utilización de sus edificios es rotatoria , oficinas (corporativo), centros comerciales (comercial ) , parque ( ocio y distracción) y vivienda (residencial).

**Figura 2.** Mapa Sectorizado de puntos de interés aledaños



- CCNU
- PUNTOS DE INTERES
- ÁREA VERDE (LA CAROLINA)
- SECTOR FINANCIERO
- SECTOR RESIDENCIAL

## 2.5 Puntos De Interés En El Sector

Tal y como lo podemos ver en la figura 2 hay varios puntos de interés tales como centros comerciales, estadio, cine y otros establecimientos que afectan o pueden llegar a afectar directamente al centro comercial Naciones Unidas por lo que es importante analizar sus virtudes y posicionamiento en el mercado actual.

### 2.5.1 Boulevard Naciones Unidas

*Figura 3. Pileta Boulevard Naciones Unidas*



El Boulevard de las naciones unidas es uno de los espacios públicos más importantes de la ciudad de Quito y del sector proporcionando al mismo un alto tráfico peatonal y automovilístico. Este eje vías es además el más ancho de la ciudad de Quito y alberga los puntos más interesantes del sector financiero y comercial de la ciudad como pudimos ver en la zonificación del lugar (figura 2).

Este eje inicia justo en frente del Estadio Olímpico Atahualpa y termina en la Plaza de las Américas al oeste de la ciudad.

En el año 2013 el municipio de Quito intervino para dar a la ciudad un espacio donde se priorice el desplazamiento peatonal.

### 2.5.2 Parque La Carolina

*Figura 4. Laguna Parque La Carolina*

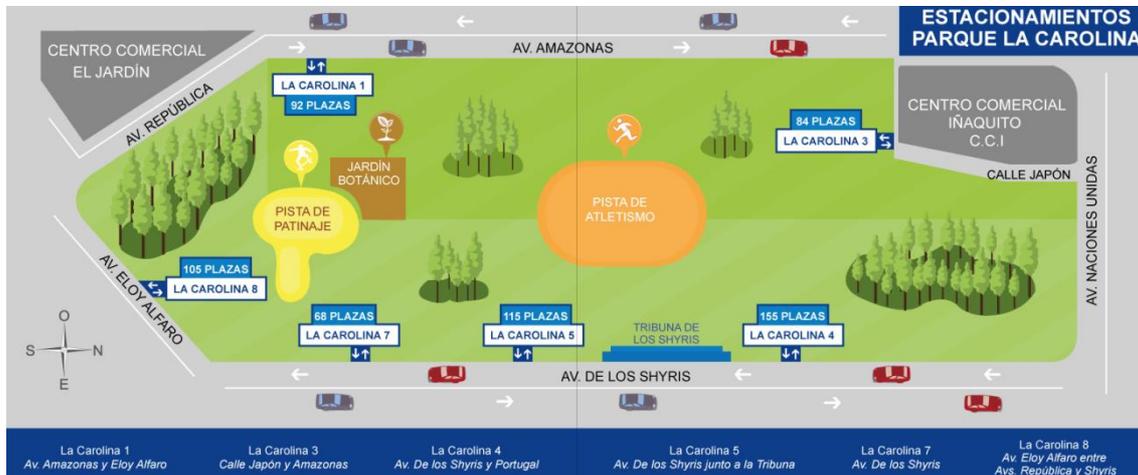


El parque la Carolina es el corazón y pulmón del centro norte de Quito y el punto de referencia del sector Naciones Unidas, sus dimensiones y su ubicación (rodeada por la Av. De los Shyris, Av. Naciones Unidas, Av. Amazonas y Av. República) lo hace atractivo para la visita de todo tipo de ciudadanos que buscan escaparse del cemento de la ciudad a tan solo un paso. El parque de la Carolina tiene una laguna artificial, canchas de diferentes deportes, áreas verdes para uso de todo público, una ciclo vía que bordea al parque, piletas, parqueaderos y está justo al lado del boulevard de las Naciones Unidas lo que lo convierte en el parque más visitado por los Quiteños y visitantes.

Para el beneficio del CCNU, el parque está cruzando la Avenida Naciones Unidas y se puede observar su belleza a través de su fachada principal.

Este parque además cuenta con 6 plazas de estacionamientos propios y se apoya además con parqueaderos de la zona azul ubicados en la Av. De los Shyris.

**Figura 5. Parqueaderos La Carolina**



### 2.5.3 Plataforma Gubernamental de Gestión Financiera

La nueva plataforma de gestión financiera ubicada en la Av. Amazonas y Japón es un punto clave para el crecimiento y desarrollo del CCNU puesto que contará con 50.257,19 m<sup>2</sup> de oficinas de gestiones y administrativas donde a diario trabajarán miles de oficinistas y visitantes del establecimiento. Aunque este edificio contará con espacios diversos de esparcimientos e incluso con un patio de comidas, el sector financiero crecerá y se necesitará más abastecimiento para todas las personas y oficinistas de la zona a diario.

**Figura 6.** Nueva Plataforma de Gestion Financiera



#### 2.5.4 Centro Comercial Iñaquito (CCI)

El CCI es el centro comercial más cercano al centro comercial Naciones Unidas. Con los años el CCI ha ido generando pequeños cambios de diseño e incluso ha ampliado su zona de parqueaderos para abastecer a la demanda de visitantes al centro comercial lo cual nos indica que esta zona y el target al cual apunta el CCI (medio, medio – alto , entretenimiento) tiene mucho interés en asistir y pasear en este lugar.

Los oficinistas de la Av. Amazonas y del sector financiero aledaño prefieren al patio de comidas este centro comercial a la hora de su almuerzo.

**Figura 7.** Fachada principal CCI



### 2.5.5 Centro Comercial El Caracol

Su forma espiralada y sus tiendas de “chucherías” (ninguna de marca y de dueños independientes) hacen de este centro comercial el punto ideal para personas jóvenes que están en busca de celulares baratos, juegos de videos, joyas e incluso jóvenes que buscan realizarse un tatuaje o un piercing. Este centro comercial no tiene el mismo éxito que tuvo en su época de inauguración pero se ha adaptado a las necesidades de la zona ampliándose para crear un patio de comidas. El CCI incluso se apoya en este centro comercial contratando servicios de almuerzos para los trabajadores del mismo.

El CCNU y El Caracol tienen actualmente un target económico muy similar pero el CCNU tiene visitantes de más edad por lo que el movimiento del CCNU es un poco más lento.

*Figura 8. Centro Comercial El Caracol*



### 2.5.6 Centro Comercial Unicornio

Al igual que el Centro Comercial Naciones Unidas, este centro comercial es un establecimiento de arquitectura mixta, combinando edificios de oficina con un

centro comercial. Presenta problemas similares en cuanto a la fachada y los ingresos de los cuales se hablará posteriormente..

**Figura 9.** Fachada Principal El Unicornio



### 2.5.7 Quicentro Shopping

El Quicentro Shopping es el centro comercial con más éxito en el sector de las naciones unidas debido a las remodelaciones drásticas a las cuales ha sido sometido en los últimos años. En las encuestas realizadas a Quiteños que circulaban por la zona el 15 de marzo del 2016 , dieron como resultado el 60% de preferencia de este centro comercial por sobre otros que alzaban el 10% y el 15% de preferencia.

Sus instalaciones y tipo de locales están dirigidos a personas de altos recursos económicos y su patio de comidas y restaurantes abastecen a otro grupo de trabajadores de la zona.

**Figura 10.** Quicentro Shopping



### 2.5.8 Mall el Jardín

Si bien este centro comercial es el c más alejado del eje de las naciones unidas es otro de los centros comerciales más fuertes de la zona apuntando a un targuet alto y muy alto que buscan tiendas de moda y exclusividad.

En las mismas encuestas realizadas a las personas que frecuentan la zona, este centro comercial fue el segundo en orden de preferencias con el 15%.

**Figura 11.** Mall el Jardin



## 2.6 Vías de Acceso

La ocupación masiva de la zona ha exigido a la adaptación y mejora de las vías de acceso peatonales y de buses para que los usuarios de las zonas lleguen a sus destinos sin problema diariamente.

*Figura 12. Mapa de las vías de acceso hacia el centro comercial*



## 2.7 Target

En función al análisis del sector ( y el análisis de las encuestas), las edificaciones de tipo Comercial actualmente ya satisfacen las necesidades específicas de los consumidores en vista de que el mayor interés sean las tiendas de ropa, tiendas departamentales y supermercados. Sin embargo se presenta un nicho en cuanto a la satisfacción de los usuarios diarios de la zona.

Por esta razón el replanteamiento del centro comercial naciones unidas sería un ajuste necesario para cumplir con las necesidades de la gente que trabaja en el sector y vive en sus torres.

- Publico Adulto + 25
- Nivel Socio Económico Medio – Alto
- Oficinistas , trabajadores, Gerentes

- Residentes de las torres naciones unidas + 50 , jóvenes

## **2.8 Funcionamiento**

El CCNU al igual que los otros centros comerciales para lograr integrarse dentro del mercado debe funcionar con un horario de 10 o 12 horas dependiendo si es entre semana o fines de semana.

El centro comercial va a contar con 2 áreas que funcionaran en horarios independientes

- Área Interior: Bancos, Servicios, Locales comerciales, patio de comidas, etc.
  - Horario de Atención: de Lunes a Domingo de 8: 00 a 8:00
- Área Exterior: Restaurantes, Bares, Locales comerciales, Plazas
  - Horario de Atención: de Lunes a Domingo de 8:00 a 10:00

Los bancos y los horarios de oficina exigen que la apertura del centro comercial sea a tan tempranas horas de la mañana y los restaurantes y bares extienden el horario del centro comercial en la noche.

## **2.9 Programación**

- Locales Comerciales
- Bancos y Servicios
- Micromercado
- Patio de Comidas
- Restaurantes, Cafeterías y Bares
- Bussiness Center
- Gimnasio
- Parqueaderos

### **3 HISTORIA DEL CENTRO COMERCIAL**

El Centro Comercial Naciones Unidas (CCNU) con sus torres de vivienda es una de las primeras construcciones importantes concebidas en la avenida Naciones Unidas.

Esta obra se efectuó después de que el Centro Comercial Iñaquito (CCI) y el parque La Carolina se hayan convertido en puntos importantes para los habitantes de la ciudad de Quito gracias al Plan Regulador trazado en 1942 por el arquitecto uruguayo Jones Odriozola.

Las torres de Iñaquito como se puede ver en la figura 1. se plasmaron en el terreno de un sector en pleno inicio de su desarrollo hace 36 años. Estas torres revolucionaron la arquitectura de la zona, se convirtieron en un ícono del sector y en un símbolo de estatus para los primeros inquilinos del condominio.

***Figura 13. Primera torre Iñaquito en el sector de las Naciones Unidas***



#### **4 GENERALIDADES DEL CCNU**

El Centro Comercial Naciones Unidas ubicado en la plata baja de las torres Iñaquito y con aproximadamente 11.00m<sup>2</sup> y 150 locales comerciales, en un inicio fue uno de los centros de compra más importantes y grandes de la ciudad, como también lo fue el cci y el centro comercial el globo. En este funcionó la segunda escalera eléctrica en un establecimiento comercial y era un centro donde encontrabas ropa de calidad y otros artículos de interés para los usuarios de esa época. Con el pasar de los años el centro comercial fue perdiendo categoría debido a que no se ha ido adaptando a las nuevas necesidades del consumidor tal y como lo hicieron los otros centros comerciales de la zona.

En la avenida naciones unidas el Quicentro Shopping y el CCI, estadísticamente fueron atrayendo mayor clientela que el CCNU, lo que obligó al centro comercial a convertirse en la actualidad en un centro mayoritariamente de servicios.

Los factores que influyeron para la pérdida de clientela y reputación del CCNU fueron diversos, por ejemplo el no tener un patio de comidas, el no estar administrado solo por un dueño sino por 112 propietarios, la presencia de las torres de vivienda con sus ingresos en las fachadas principales del centro comercial, la mala conservación de la pintura del lugar, el no tener tiendas gancho o anclas que atraigan a usuarios constantes del centro comercial, la mala distribución de corredores y locales, la falta de una regulación interna para las fachadas y diseño de los locales y por ultimo la falta de parqueaderos.

**Figura 14.** Imágen de la entrada principal del CCNU desde el Boulevard N.U.



## **5 SITUACIÓN ACTUAL DEL CENTRO COMERCIAL**

El centro comercial en la actualidad está administrado por Digna Avila quien es además una de los 112 propietarios y dueña de un local de comida junto con su familia ubicado en planta baja. Ella, a través de la entrevista da a conocer que ser administradora con tantos propietarios trae muchos problemas de decisiones y por esta razón es muy difícil realizar remodelaciones o cambios en el centro comercial. Sin embargo ella se ha esforzado al máximo para mejorar la apariencia del local para poder así atraer a más clientes. Los cambios que ha realizado son:

- Gypsum e iluminación en todos los corredores

*Figura 15. Imágen de corredor Primera Planta.*



*Figura 16. Imágen de corredor Tercera Planta.*



- Instalación de baños en puntos ancla para atraer comensales a lugares que no son visitados.

**Figura 17.** Imágen de corredor Tercera Planta, corredores secundarios.



- Reparación de pisos y cableado por motivo de incendio en septiembre del 2015.

**Figura 18.** Imágen de corredor Primera Planta, pisos afectados por incendio .



- Ubicación de muebles tipo sala en la parte de abajo del centro comercial.

**Figura 19.** Imágen de plaza central Subsuelo desde planta baja .



**Figura 20.** Imágen de plaza central Subsuelo



A pesar de los cambios realizados por la administradora, la clientela no se siente atraída por este centro comercial y esto se debe a una serie de problemas y

observaciones que dio a conocer el público en las encuestas realizadas a la gente del sector y comparándolo con otros centros comerciales del sector.

- No es un edificio accesible
- No cuenta con ascensores
- Tiene pasillos poco atractivos para los clientes
- La acústica es mala
- No tiene locales de interés
- No tiene patio de comidas
- No es atractivo por fuera
- La gente lo confunde con solo vivienda
- Solamente cuenta con 80 parqueaderos.
- No tiene supermercado o tiendas departamentales

La siguiente tabla (Tabla 1) mostrará las causas de los problemas y las soluciones que puede traer el diseño interior a este centro comercial.

**Tabla 1.** *Tabla de causas, problemas y soluciones del centro comercial*

<b>PROBLEMAS</b>	<b>CAUSAS</b>	<b>SOLUCIONES</b>
Su configuración interna es la de un centro comercial con 150 locales comerciales	A los dueños de los locales Comerciales no les interesa vender dentro del CCNU	Alterar la configuración interna para atraer a clientes y así atraer a los dueños de los locales para que vendan ahí
La fachada del centro comercial no es atractiva	El mantenimiento, la combinación en fachada con vivienda y las faltas de regulación para vitrinas han opacado al	Proponer una nueva fachada que destaque al centro comercial de su uso combinado con vivienda y atraiga a los

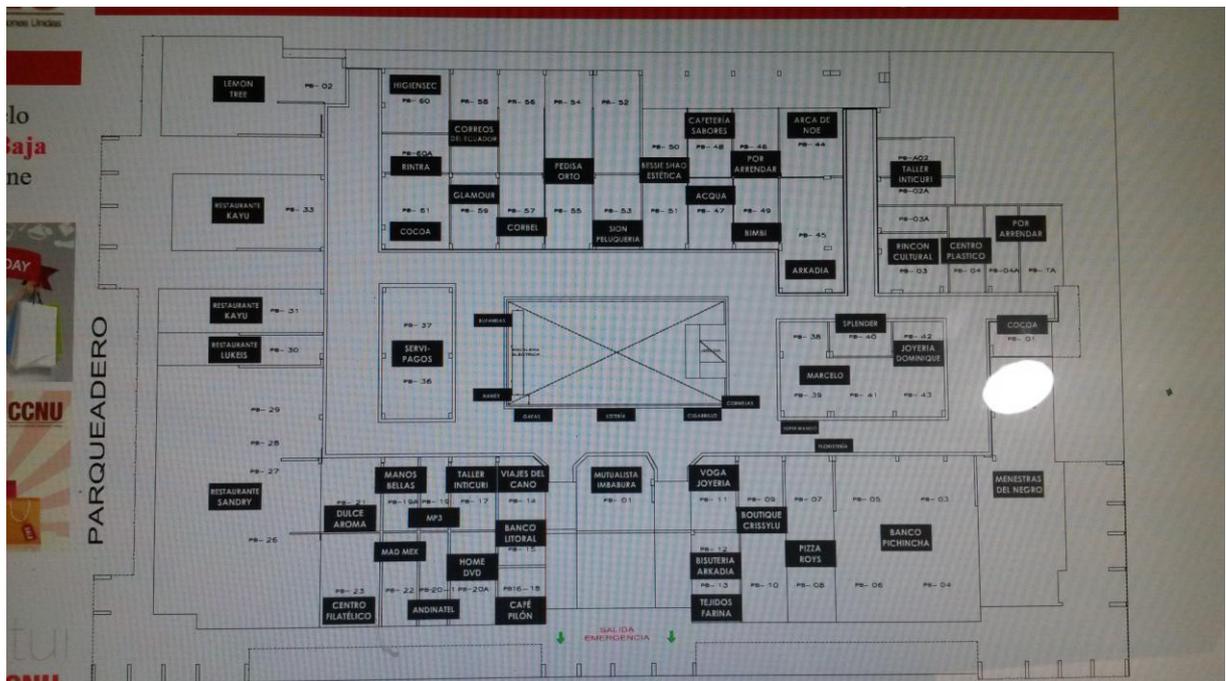
	CCNU	comensales desde afuera.
No se entiende bien que es lo que sucede en el interior	Como ha ido perdiendo el interés por parte de los locales comerciales, este se ha convertido en un centro de servicios y locales de moda diversos.	Enfocar al centro comercial en satisfacer las necesidades de la gente que trabaja en el sector todos los días
La competencia en el sector comercial de la zona naciones unidas es muy alta. (HAY MEJORES CENTROS COMERCIALES)	Los centros comerciales más grandes han ido tomando fuerza y atrayendo a más clientes con locales del interés de los usuarios y arquitectura más contemporánea	No competir contra estos monstruos comerciales sino adaptarse a las necesidades reales de la zona enfocándonos en los usuarios diarios que son los oficinistas y los residentes del edificio.
El CCNU no tiene patio de comidas por lo que no atraen gente	La época en la que fue construido no exigía tener un patio de comidas como en la actualidad	Proponer la construcción de un patio de comidas para enganchar a los clientes.
El CCNU no tiene locales ancla o tiendas gancho por lo que no atraen compradores	La configuración del centro comercial es de un centro comercial pequeño y la única tienda gancho que tiene es superéxito, que no atrae la cantidad de gente deseada ni del target adecuado para la zona	Cambiar estas tiendas gancho que no atraen por bancos, locales de servicios, un gimnasio y un supermercado enfocado en oficinistas y residentes

### 5.1 Programación Actual

- Locales comerciales
  - Ropa de marcas locales
  - Artículos varios
  - Lámparas
  - Calzado
- Locales de servicios
  - Banco del pichincha

- Servipagos
- Mutualista Imbabura
- Restaurantes de almuerzos
  - Sandry
  - Las Menestras del Negro
  - Kayú
  - Leikis
- Otros
  - Peluquería
  - Centro de belleza
  - Copiadora, papelería
  - Tienda pequeña

**Figura 21.** Imágen Planta baja CCNNU



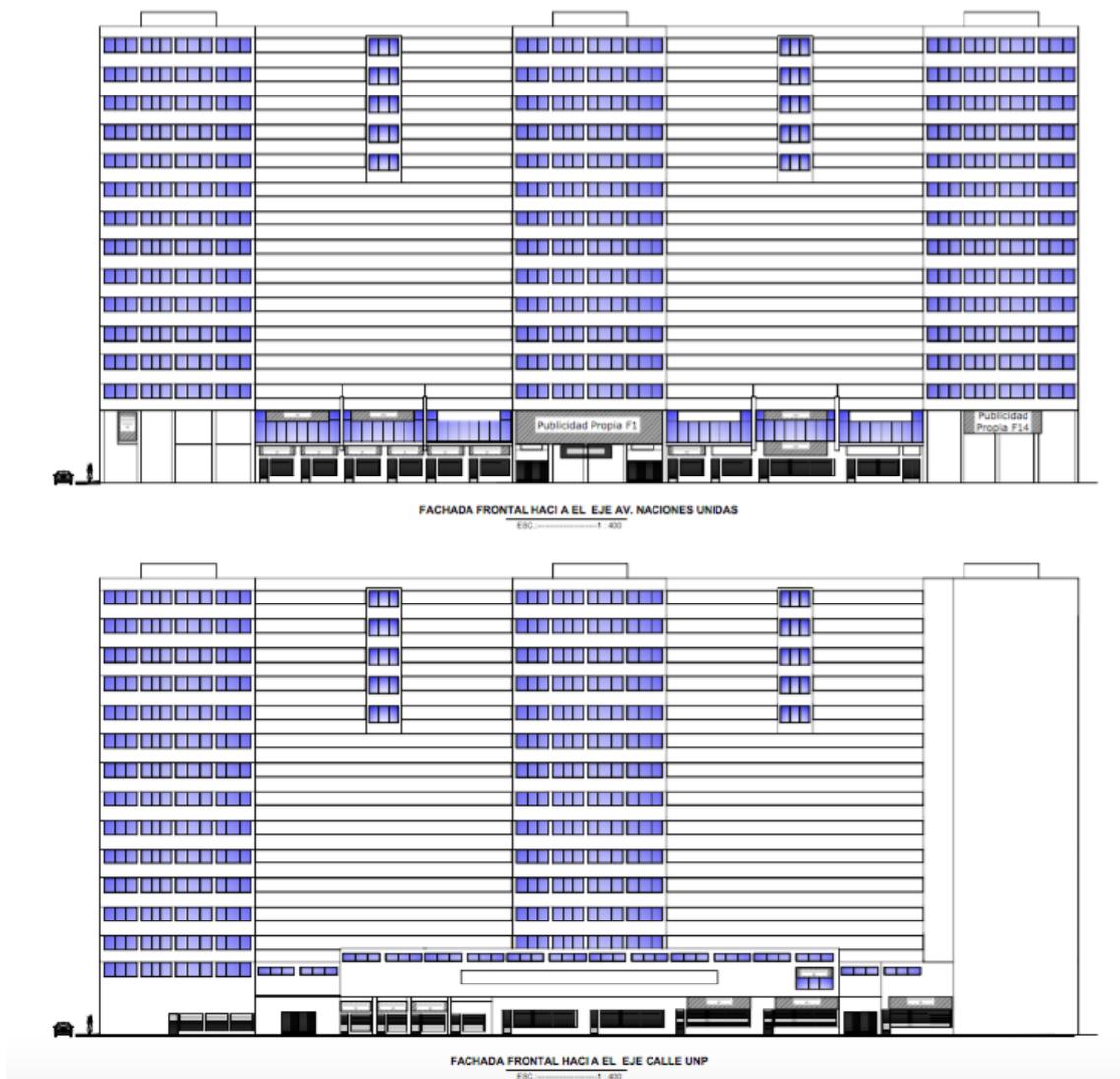
## 5.2 Funcionamiento actual

- Lunes a Sábado: 10h:00 a 20h:00
- Los domingos no es obligatorio abrir los locales

## 6 ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DEL CENTRO COMERCIAL N.U

### 6.1 Accesos y Fachadas

*Figura 22. Plano de fachadas del centro comercial*



El centro comercial naciones unidas como podemos ver en el plano de fachadas anterior, es una propuesta urbana de usos mixtos el cual combina vivienda y comercial. El centro comercial se distribuye en 3 plantas:

- subsuelo
- planta baja
- primer piso

Las torres de vivienda tienen un total de 14 pisos y en estas están construidos departamentos de 1, 2, 3 y 4 dormitorios.

Las torres y el centro comercial no están conectadas directamente pero los ingresos de las 5 torres y el centro comercial están en la misma fachada.

*Figura 23. Ingreso a Torre "C" por fachada frontal*



**Figura 24.** Acceso al lobby de Torre "B" por corredor lateral



Cada torre de vivienda es independiente y tiene su propio administrador y propio diseño de hall y de puertas de seguridad lo que le roba la armonía de las fachadas del lugar.

Los accesos al centro comercial no son atractivos ni fáciles de leer por lo que pienso que este es uno de los mayores problemas del centro comercial.

**Figura 25.** Acceso principal al CCNU



Además de este gran problema, las fachadas no cuentan con una regulación en cuanto al diseño de la publicidad y vitrinas que los locales exponen hacia la parte exterior como podemos ver en las siguientes fotografías.

*Figura 26. Vista exterior de fachada principal del centro comercial.*



*Figura 27. Vista exterior de fachada lateral izquierda del centro comercial*



**Figura 28.** Vista exterior de fachada posterior. Vista desde plataforma financiera



Existe además una conexión visual entre las torres y el centro comercial que se da a través de la claraboya ubicada en el centro del proyecto.

- Beneficios de la claraboya:
  - Iluminación natural
  - Conexión visual con el exterior
  - Regulador de Temperatura
- Problemas con claraboya
  - Rebote de acústico

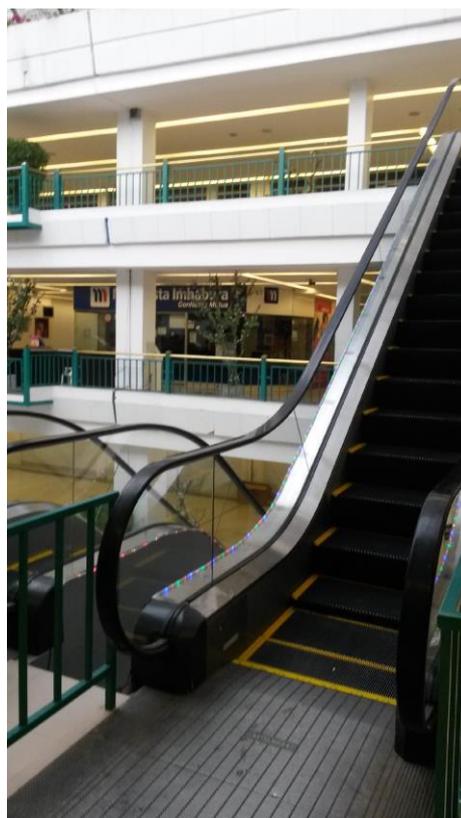
**Figura 29.** Vista interior de claraboya



## 6.2 Circulaciones Verticales y Horizontales

A pesar del paso de los años y del avance de los otros centros comerciales, el CCNU no es un establecimiento que cumpla con las normativas del conadis ya que debes desplazarte a través del centro comercial por pasillos que conducen a gradas y escaleras eléctricas para poder acceder así a los otros niveles del centro comercial. A pesar de que sus pasillos horizontales dentro del centro comercial no tengan ningún problema, el centro comercial no cuenta ni con ascensores ni rampas que permitan a todo el mundo movilizarse a través del establecimiento.

*Figura 30, Figura 31. Vistas interiores de circulaciones verticales*



Sin embargo La arquitectura de usos mixtos en otros países está tomando mucha fuerza por ejemplo en las grandes ciudades como por ejemplo México D.F. y Tokio debido a la falta del espacio horizontal a causa del crecimiento poblacional en

cantidades abundantes que vivimos en los últimos 20 años. Además este tipo de arquitectura es un método interesante para reciclar espacios urbanos y una opción más rentable para hacer arquitectura que promueve una variedad de actividades que se complementan e interactúan entre sí, evitando desplazamientos masivos de la población en automóvil para realizar una actividad u otra.

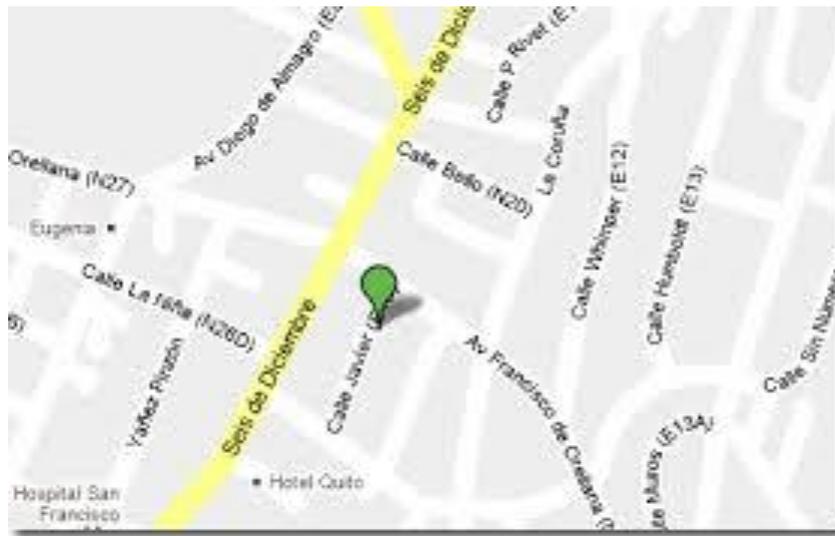
Este tipo de construcciones además es muy interesante porque aumenta la productividad de un edificio, por ejemplo si es un edificio que funciona de lunes a viernes como oficinas, este edificio no tendrá uso los fines de semana, pero si el mismo edificio fusiona su arquitectura con la de un centro comercial o con espacios recreativos, de entretenimiento o de vivienda, este será productivo toda la semana y a todas horas.

## 7 MULTICENTRO

*Figura 32. Vista exterior Multicentro*



**Figura 33. Ubicación Multicentro en Quito**



El Multicentro ubicado en la calle la niña y 6 de diciembre es un centro comercial con el mismo enfoque que tiene el centro comercial naciones unidas. Es un mal que combina oficinas, centro comercial y vivienda, sin embargo este centro comercial funciona de mejor manera que el CCNU y esto se debe a que este centro comercial tiene tiendas de mayor interés para su target y además tiene un Supermaxi que sirve como tienda gancho.

**Figura 27. Marcas dentro de Multicentro**



Los ingresos hacia el centro comercial están ubicados en dos avenidas muy concurridas de la ciudad de Quito. Que son la avenida 6 de diciembre y la niña.

Observando las fachadas los edificios de vivienda al igual que en el CCNU , opacan el centro comercial dándole mucha sombra y teniendo mucha jerarquía visual sobre el centro comercial.

*Figura 34. Ingreso principal multicentro*



Las entradas principales del centro comercial se destacan en por un dintel y el logo grande de colores, característico del Multicentro de esta manera ha logrado tener una aceptación más grande por el público que transita por la zona a comparación de lo que ha logrado tener el CCNU .

Las siguientes imágenes muestran la distribución de los locales en planta baja y en primera planta . En planta baja se puede ver que el local 127 que es el supermaxi se destaca en tamaño, forma y ubicación de otros locales , además se puede ver que la planta tiene una pequeña plaza que sirve para articular los locales comerciales y es un punto central de los ingresos principales del mall. Además podemos observar que el ingreso a los departamentos y a las oficinas se da en la planta baja del centro

comercial, obligando a los usuarios diarios (los que viven y trabajan ahí) a circular por las tiendas todos los días.

**Figura 35.** Plano general planta baja Multicentro



En cuanto a la primera planta del centro comercial es mucho más reducida que la planta baja ya que no tiene el espacio para el local ancla. En la figura .. se muestra un pequeño patio de comidas que funciona como gancho para que los comensales suban a la planta superior.

**Figura 36.** Ingreso Supermaxi y torres Multicentro

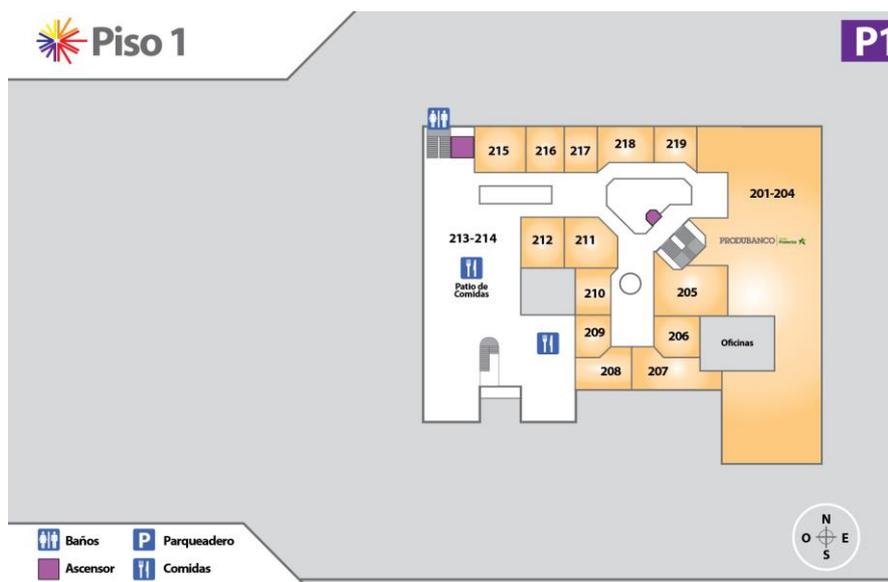


**Figura 37. Supermaxi Multicentro**



La fruta del centro comercial multicentro es el supermercado de la cadena que mantiene la fruta más fresca, debido a que sus usuarios van de compras casi todos los días. Esto permite una rotación más frecuente de su producto, en especial de las frutas y verduras.

**Figura 38. Plano general piso 1 multicentro**



La plazoleta central sirve como un pozo de luz natural , como conector visual de las plantas y además como un punto de desplazamiento vertical .

**Figura 39.** Plaza principal Multicentro



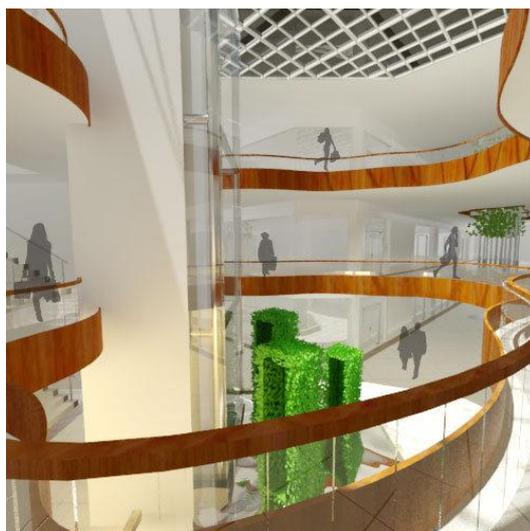
**Figura 40.** Evento en Plaza principal Multicentro



En este espacio además se llevan a cabo presentaciones musicales y otro tipo de pequeños eventos que impulsan a los visitantes a observar a través de los balcones.

Recientemente el centro comercial Multicentro ha contratado a diseñadores de interiores y arquitectos para intervenir en la apariencia del centro comercial. Las condiciones para realizar el nuevo proyecto fueron utilizar un presupuesto mínimo y resaltar las formas orgánicas.

**Figura 41 y 42.** Plan de remodelación multicentro



## **8 LA CULTURA DEL COMPRADOR QUITAÑO**

Los centros comerciales son catalizadores culturales y representan en la actualidad íconos del desarrollo urbano. En la actualidad los habitantes de la ciudad de Quito prefieren visitar estos establecimientos pues reúnen todas las cualidades que ellos necesitan todos los días de las semanas.

Entre semana los centros comerciales se movilizan mucho más por la presencia de bancos, servicios, peluquerías, supermercados y patios de comidas y en el fin de semana se activan los locales comerciales de ropa, zapatos, supermercados y patios de comidas.

Según el artículo publicado por el comercio el 27 de Julio de 2014, los usuarios de estos establecimientos prefieren pasearse dentro de estas monumentales construcciones pues encuentran, seguridad, limpieza, practicidad y elegancia. De hecho los centros comerciales son una de las opciones preferidas para la familia ecuatoriana ya que están enfocados en la satisfacción de todos sus miembros.

Últimamente los centros comerciales están dejando espacios de áreas abiertas o verdes para el descanso y estancia de los visitantes lo que ha provocado una sensación de confort único (ya que da la sensación de estar en un parque pero más seguro), por lo que uno de los centros comerciales más nuevos que tiene la capital es uno de los más preferidos por el pueblo quiteño.

## 9 ARQUITECTURA COMERCIAL

- La arquitectura comercial diseña negocios rentables
- Es un medio, una herramienta, no es ni el fin ni el producto
- Seduce y atrae a los consumidores
- Todo debe estar pensado para favorecer la disposición del producto, las ventas y la experiencia del usuario
- Atractivo, cómodo y funcional
- Toma decisiones para que el producto sea el protagonista
- El cliente paga para que el diseño interior le ayude a vender mas, no solo paga para tener un bonito diseño interior.
- Arquitectura comercial selecciona un tipo de cliente, optimiza los metros cuadrados, ayuda a que entren más comensales, ayuda a exhibir mas y mejor.
- Busca el equilibrio entre los aspectos estéticos, funcionales y estructurales.
- Aporta una personalidad a un negocio o lugar
- Se debe fusionar con el entorno en el que va a convivir
- Soluciones integrales y funcionales
- Se debe adaptar a cada caso en particular

### 9.1 **Tamaño de Centros Comerciales**

Un centro comercial es una construcción de un edificio o más que generalmente tiene un gran tamaño en donde podemos encontrar locales de servicios,

comerciales y espacios de entretenimiento. Estos edificios impulsan y atraen a la mayor cantidad de clientes potenciales dentro del recinto.

- **Tamaño de los centros comerciales**
  - muy grande: más de 79,999 m<sup>2</sup>
  - grande: 40,000 m<sup>2</sup> - 79,999 m<sup>2</sup>
  - mediano: 20,000 m<sup>2</sup> – 39,999m<sup>2</sup>
  - pequeño: 5,000 m<sup>2</sup> – 19,999 m<sup>2</sup>----- CCNU : 11,000 m<sup>2</sup> aprox.

## 9.2 Clasificación de Centros Comerciales

Existen 3 tipos de centros comerciales divididos por la configuración de su diseño:, Cerrados, Abiertos e Híbridos.

- **Centro comercial cerrado (mal):** cerrado, climatizado, iluminado, bordeado de tiendas y entradas , con estacionamiento generalmente en el perímetro con estructura de varios niveles o tipo patio.
- **Centro comercial abierto:** franja de tiendas o servicios dispuestos en línea recta, áreas comunales al aire libre. Se pueden conectar con tiendas perimetrales por corredores exteriores y abiertos..

“La forma de conglomerado y sus variaciones se han prestado para que surjan nuevas clases de centros como es el caso del **Life Style Center** , en el cual el esquema físico y la sensación de apertura son las principales características que lo distinguen”

- **Centro comercial híbrido:** se les llama así a los centros comerciales que cumplen con las cualidades de dos o más centros por ejemplo entre un

power center y un outlet dando como resultado un mega centro con tiendas de marca con precio rebajado.

### 9.3 Tipos de Centros Comerciales.

- **Cerrados**

- **Centro Regional:** Establecimiento cerrado, de varios niveles, conectado por corredores interiores que permiten que las fachadas principales de las tiendas estén orientadas hacia el interior. Las tiendas anclas o departamentales de gran escala son fundamentales. La mayoría de tiendas dentro de este centro son locales enfocados en moda y ropa sin embargo también están presentes las tiendas de servicios. Al menos debe tener 150 locales comerciales y a veces puede estar acompañado de un cine.

- **Centro Superregional:** Similar al centro regional pero es de mayor tamaño, y alberga a más tiendas departamentales y mayor mercancía.

- **Abiertos**

- **Centro de Vecindario:** Locales de productos y servicios que satisfacen las necesidades del vecindario aledaño. Es un centro de uso diario por lo que la mayoría está anclado por un supermercado o farmacia.

- Generalmente su configuración es en franja y puede tener corredores cubiertos o espacios comunes semi-cerrados. Estos espacios ligan todo el centro y brindan protección a los clientes. Visitados diariamente

- **Centro Comunitario:** Un centro comunitario ofrece una gama más amplia de ropa y de otros productos que el centro de vecindario. Entre las tiendas anclas más comunes están los supermercados, farmacias grandes, y tiendas departamentales de descuento. Los arrendatarios de los centros comunitarios algunas veces incluyen grandes minoristas orientados a productos de marca de descuento que venden artículos tales como ropa, mejoras para el hogar/muebles, juguetes, electrónicos o productos deportivos. Visitados al menos 1 vez por semana
  
- **Power Center:** Dominado únicamente por varias super tiendas o tiendas anclas que pueden o no estar conectadas entre si. Son comercios de grandes dimensiones.
  
- **Centro Temático:** Enfocado en la experiencia del cliente dentro del centro, generalmente atraen turistas. Puede tener una tema unificador en cuanto a diseño. Los centros temáticos pueden estar anclados por restaurantes o por instalaciones de entretenimiento. Están localizados generalmente en áreas urbanas, frecuentemente adaptados como edificios antiguos, algunas veces históricos y pueden ser parte de proyectos de uso mixto.
  
- **Centro de Tiendas de Venta de Fábrica (Outlets):** Este tipo de centro está compuesto de tiendas de fabricantes y de minoristas

vendiendo artículos de marca con descuento. Estos centros típicamente no están anclados, aunque algunas tiendas de marca puedan servir como “imán.” La mayoría de los outlets son abiertos, con una configuración ya sea en forma de franja o como un centro del “pueblo,” aunque algunos son cerrados.

- **Centros de Estilo de Vida (Lifestyle Center):** Ubicados con frecuencia cerca de vecindarios residenciales de clase alta, este tipo de centro abastece las necesidades de comercio y los intereses de “estilo de vida” de los clientes en su área de negocio. Tiene una configuración abierta y típicamente incluye por lo menos 50,000 pies cuadrados de espacio comercial ocupado por cadenas nacionales de tiendas de especialidades de clase alta. Otros elementos que distinguen al centro de estilo de vida es el papel que juega como destino para actividades variadas de esparcimiento, incluyendo restaurantes, lugares de entretenimiento, un ambiente de diseño arquitectónico y con amenidades tales como fuentes y mobiliario urbano en la calle, lo cual es favorable para “curiosear” de manera casual. Estos centros pueden estar anclados por una o más tiendas convencionales o tiendas departamentales especializadas en modas. Estos centros comerciales son frecuentemente arquitectónicamente fusionado con vivienda, hoteles o centros de convenciones.

Dentro del marco teórico el CCNU debería ser considerado un Life Style center pues combina varios usos en un solo predio, sin embargo no es un centro comercial abierto por lo que a su vez no entra dentro de esta categoría.

## 10 PRECEDENTES DE CENTROS COMERCIALES

### 10.1 L`illa Diagonal Shopping Center

*Figura 43. Vista ingreso principal de Lilla Shopping Center.*



Este centro comercial ubicado en Barcelona en la famosa avenida Diagonal. Está planificado para albergar a más de 170 tiendas. Lo interesante y realmente bello de este centro comercial es que fusiona perfectamente la arquitectura de un centro comercial con la de 2 hoteles de 4 estrellas, un club de gimnasio y un parque.

**Figura 44.** Fachada mixta del centro comercial lilla.



**Figura 45.** Vista Interior de pasillos del centro comercial lilla.



Su fachada como se puede ver en la figura anterior no es llamativa para ser un centro comercial, pero la manera de llamar la atención de este centro comercial es con accesos únicos que te invitan a entrar en ese nuevo mundo.

## 10.2 Les Escales, Marruecos

*Figura 46. Vista exterior Les Escales.*



- Este proyecto está planteado para ubicarse en Casablanca Marruecos. Este centro comercial además es un hotel 5 estrellas, una sala de conferencias y un puerto deportivo. Lo interesante de este proyecto es la imponente esfera con estructura metálica que enmarca la entrada.
- Los pasillos de esta centro comercial se fusionan entre el aire libre y un ambiente interior.

**Figura 47.** Vista interior de pasillos y tiendas de las escalas



**Figura 48.** Perspectiva exterior con módulo jerárquico



### 10.3 Anti mal Super Pier, NY

*Figura 49. Vista interior de pasillos Anti Mall*



Este centro comercial planificado ser construido sobre un muelle es una revelación a lo que actualmente conocemos como centro comercial.

La propuesta de este mal se basa en contradecir las convencionalidades de un centro comercial y así atraer a un público joven de mente abierta que aprecie la cultura y las diferentes facetas de la nueva era.

Su concepto consiste en trabajar con el módulo del contenedor y ubicarlos de manera tal que se generen espacios interesantes para lograr nuevas experiencias.

**Figura 50.** Planificación exterior anti mall



La idea de estar ubicado en el barco también es reciclar espacios que ya no están siendo utilizados de manera óptima tal y como sucede con el CCNU y de esta manera también poder contribuir con el medio ambiente.

**Figura 51.** Experiencia anti mall



#### 10.4 Container Park, Las Vegas

*Figura 52. Vista principal Container Park*



Con el objetivo de reanimar el centro de las Vegas y de repotencializar el uso de contenedores que generaban basura se construyó el Container Park.

Este centro comercial es muy atractivo por el uso de materiales novedosos, espacios abiertos y tiendas de interés que atraen a muchos visitantes residentes de la zona.

*Figura 53. Vista aérea de pasillos Container Park*



## **11 LOCALES GANCHO O ANCLA**

Los locales gancho o ancla son tiendas de cualquier tipo que sean de interés para la gran mayoría de usuarios. Estos locales generalmente los encontramos ubicados a los extremos de los centros comerciales u otro establecimiento similar lo cual provoca que un mayor flujo de personas se dirija hacia esos sectores.

Estos locales pueden ser:

- Supermercados
- Cinemas
- Tiendas departamentales
- Farmacias importantes
- Patios de comidas

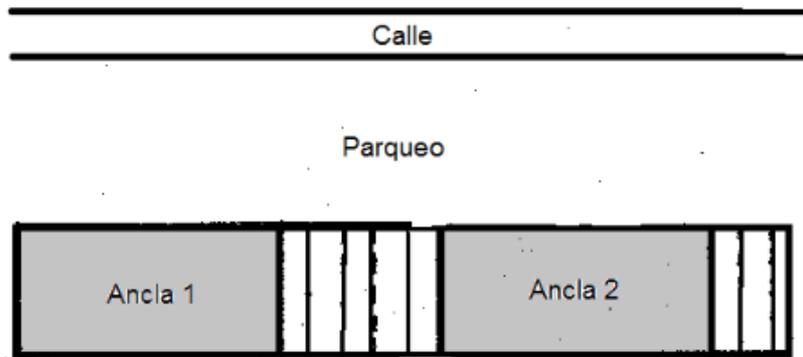
Como parte de la nueva propuesta del centro comercial naciones unidas es importante que se inserte en su planificación estos locales ancla para atraer comensales y satisfacer las necesidades de los usuarios de los residentes de las torres que en su mayoría son gente mayor y jóvenes solteros.

En la entrevista realizada a los guardias de cada edificio, dieron a conocer que la mayoría de habitantes sale caminando hacia el CCI que está frente al CCNU y ahí realizan sus compras y vienen caminando.

Según la morfología del centro comercial, los locales o tiendas gancho se ubicarán las tiendas ancla de esta manera:

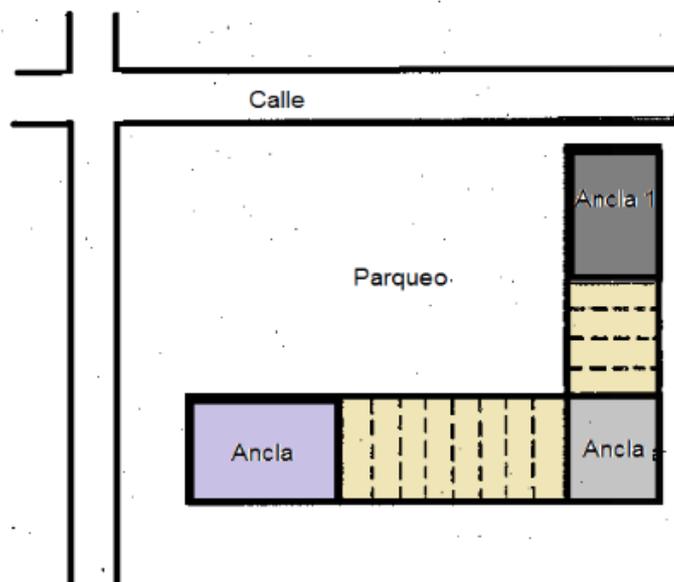
- **Centro comercial en línea recta:**

*Figura 54. Disposición de anclas a los extremos*



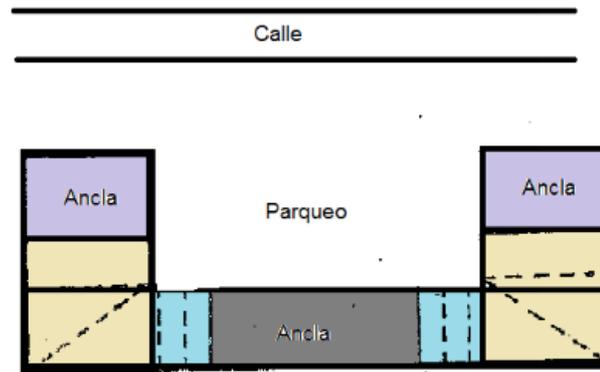
- **Centro comercial en L:**

*Figura 55. Disposición de anclas en 3 puntos en L*



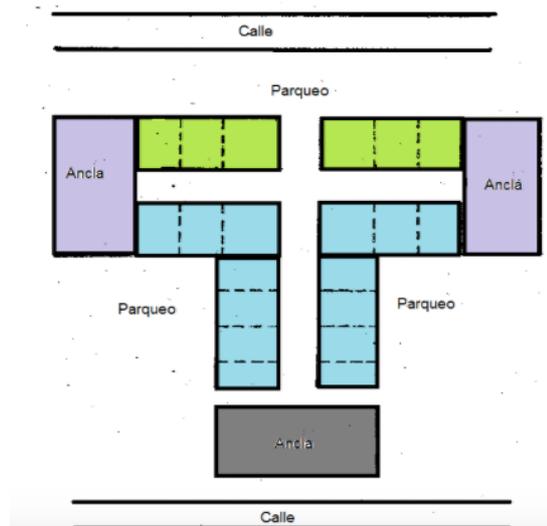
- **Centro comercial en U:**

*Figura 56. Disposición de anclas en 3 puntos en U*



- **Centro Comercial en T:**

*Figura 57. Disposición de anclas en 3 puntos en T*



Por la forma del centro comercial naciones unidas que es básicamente un cuadrado debería considerar la teoría de los locales en línea recta donde si ubican los locales anclas en sus extremos.

En Quito los centros comerciales más modernos utilizan esta estrategia para vender en todos los extremos de sus instalaciones.

### 11.1 Quicentro

En un extremo se encuentran tiendas departamentales como deprati y quicentro y en el otro lado se ubica un supermercado. Al centro se ubica el patio de comidas lo que lo hace ser un centro comercial muy dinámico.

*Figura 58, 59. Anclas Quicentro, DePrati y Mi Comisariato*



### 11.2 CCI

En un extremo se encuentra ubicado el supermaxi, tiendas departamentales, pista de hielo y el patio de comidas, en el otro extremo está el multicomandato recién inaugurado y hacia el centro está el multicines.

**Figura 60 61.** Anclas CCI, Supermaxy y Multicines



### 11.3 Scala Shopping

En el scala shopping se ubican los locales ancla en las esquinas del centro comercial siendo estos el Megamaxi, Sukasa, De prati y por ultimo el patio de comidas y el Multicines que llevan a los comensales a pasearse hasta el extremo superior del centro comercial

**Figura 62, 63.** Anclas Scala Shopping, Patio de comidas y Multicines



### 11.4 Multicentro

El multicentro funciona en base al sepermaksi ubicado en la planta baja del local con conexión directa hacia los parqueaderos . Los condóminos del centro comercial hacen uso casi diario de este establecimiento.

*Figura 64, 65, 66, 67. Anclas Multicentro, Supermaxi*



## **12 PATIOS DE COMIDA**

El CCNU actualmente no cuenta con un patio de comidas que ayude al centro comercial a atraer a compradores y usuarios. Como resolución a este problema se ha improvisado un pequeño comedor que haría las veces de un patio de comidas en un pasillo en el lado oeste del centro comercial. Digna Ávila menciona que gran cantidad de oficinistas e incluso gente que trabaja en el cci y en otros establecimientos aledaños van a comer en el comedor del CCNU pues la comida ahí es mucho más hogareña ( con locales de comida que venden opciones de almuerzos) lo cual los patios de comidas de los centros comerciales no tienen.

**Figura 68.** Comedor Improvisado sobre pasillo CCNU



Los locales de comida ubicados en este pasillo tienen doble frente y permiten el acceso de los comensales desde el exterior o desde adentro del centro comercial. Sin embargo no es un espacio muy concurrido debido a que no es atractivo ir a ese lugar a comer.

Los techos del pasillo del centro comercial recientemente remodelados permiten un mejor ambiente en el lugar sin embargo la disposición no brinda una jerarquía apropiada para la zona de un patio de comidas.

La manera en que los restaurantes se anuncian tampoco es adecuada ya que son letreros improvisados y sin un orden aparente lo cual afecta a la armonía del centro comercial.

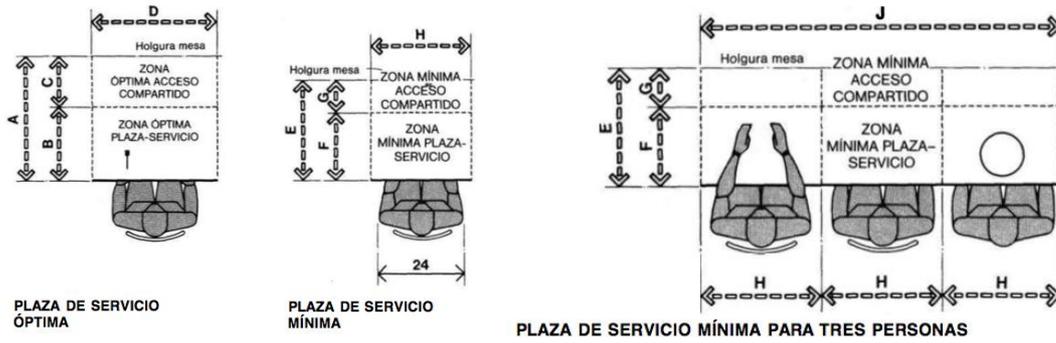
**Figura 69.** Esquema de patio de comidas



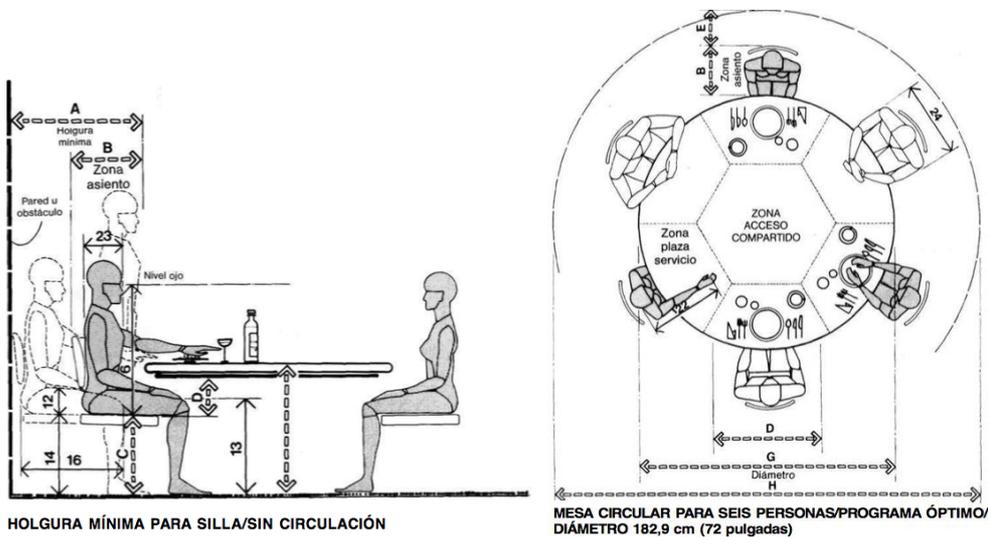
Los patios de comida en todos los centros comerciales son un punto importante de encuentro en los centros comerciales. La cultura ecuatoriana está muy ligada a comer frecuentemente por lo que en los establecimientos locales como habíamos visto anteriormente funcionan como puntos gancho o anclas.

Las superficies de alimentación o mesas deben considerar medidas básicas para poder satisfacer la necesidad de 1, 2, 4 o 6 personas.

**Figura 70, 71. Puestos de alimentación**



Las siguientes dimensiones deben considerarse para la elaboración y configuración de las sillas y mesas que conformaran el patio de comidas.



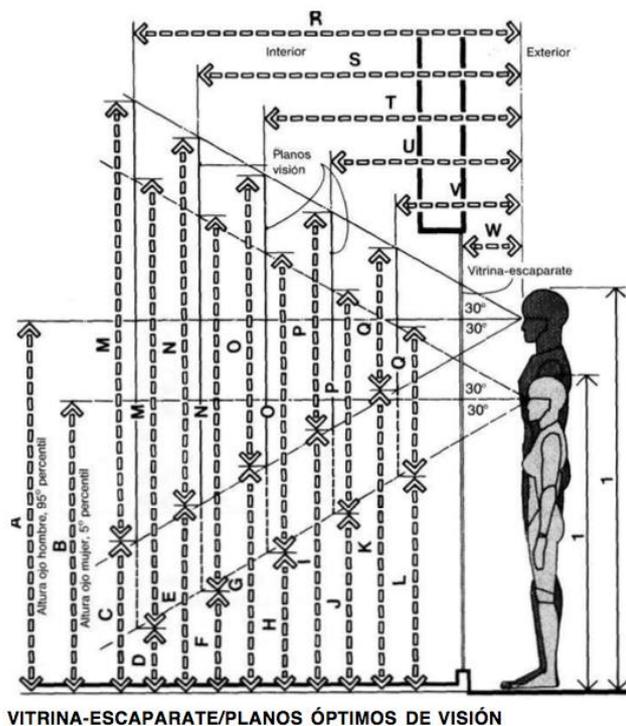
Además habrá que considerar las mesas de 6 personas que deberán tener un diámetro de 182,9 cm.

### **13 ESPACIOS DE VENTA Y CIRCULACIONES HORIZONTALES**

Los pasillos en centros comerciales deben considerar proporciones para asegurara el cómodo desplazamiento de los visitantes y así mismo la comodidad de la observación de las vitrinas de los compradores.

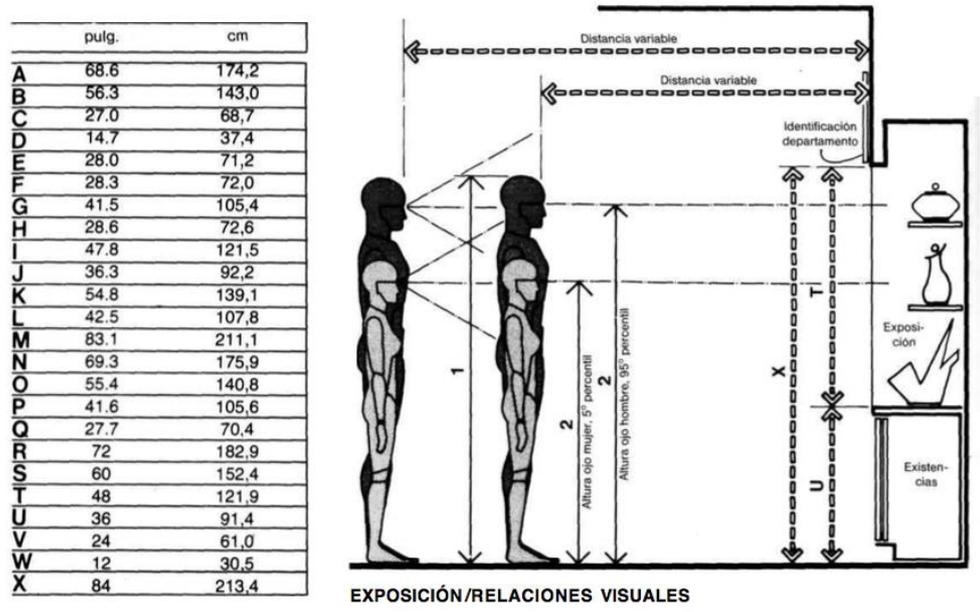
Todas las circulaciones horizontales deben llevar a una salida o escalera de emergencia y deben llevar de la misma manera a los usuarios a los puntos de circulación vertical para que puedan llegar a otros niveles con facilidad.

Es importante considerar las medidas de las dimensiones humanas para reformular óptimamente los sistemas de circulación horizontal que tenemos en el libro de Panero.

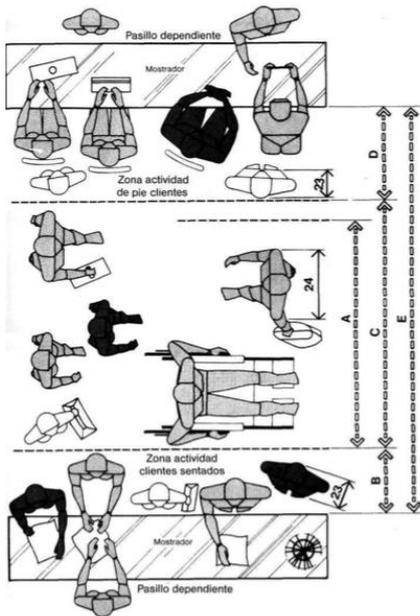


Las vitrinas de los locales comerciales serán un elemento determinante de la circulación horizontal y deberán cumplir con las medidas para poder ser visualizadas con total facilidad por los visitantes del centro comercial. Para lograr

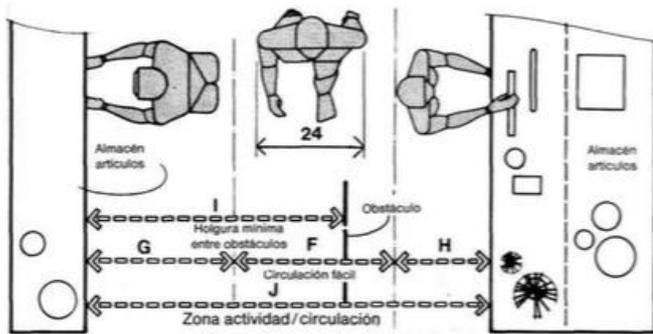
este optimismo es fundamental considerar las medidas tomadas de Panero de las relaciones visuales.



Para el área de exhibición, compra y venta dentro de los establecimientos comerciales es necesario considerar otras dimensiones para lograr un funcionamiento óptimo de todos los usuarios, incluyendo a aquellos que necesiten de un espacio mayor para circular. Estas medidas se encuentran en los siguientes dos figuras tomadas de Panero



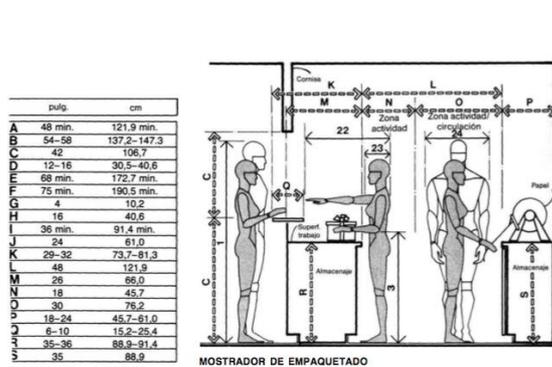
ANCHURAS DE PASILLOS PÚBLICOS PRINCIPALES



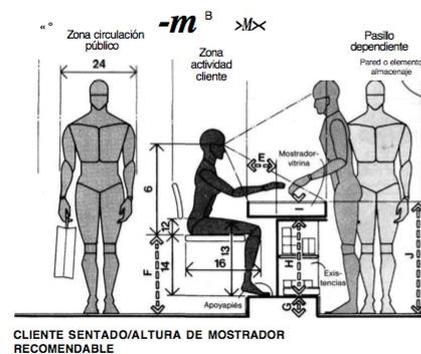
ANCHURAS DE PASILLOS SECUNDARIOS PÚBLICOS

	pulg.	cm
A	66 min.	167,6 min.
B	18	45,7
C	72	182,9
D	26-30	66,0-76,2
E	116-120	294,6-304,8
F	30-36	76,2-91,4
G	18-36	45,7-91,4
H	18 min.	45,7 min.
I	51 min.	129,5 min.
J	66-90	167,6-228,6

La altura recomendable para los mostradores está considerado en las siguientes alturas de panero

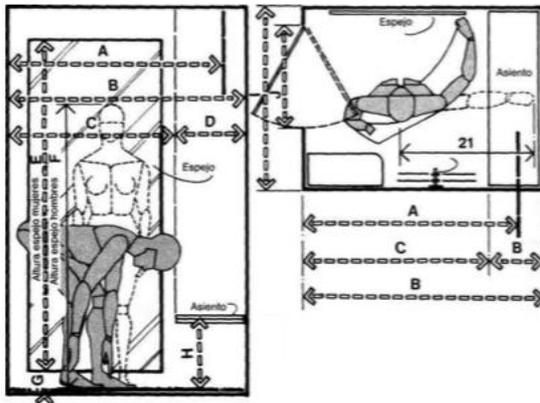


	pulg.	cm
A	48 min.	121,9 min.
B	54-58	137,2-147,3
C	42	106,7
D	12-16	30,5-40,6
E	68 min.	172,7 min.
F	75 min.	190,5 min.
G	4	10,2
H	16	40,6
I	36 min.	91,4 min.
J	24	61,0
K	29-32	73,7-81,3
L	48	121,9
M	26	66,0
N	18	45,7
O	30	76,2
P	18-24	45,7-61,0
Q	6-10	15,2-25,4
R	35-36	88,9-91,4
S	35	88,9

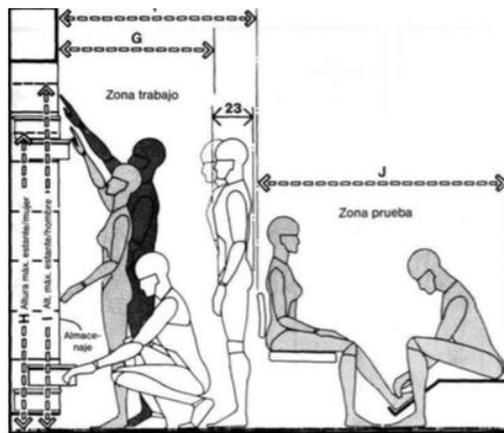


CLIENTE SENTADO/ALTURA DE MOSTRADOR RECOMENDABLE

En el caso de que sean almacenes de ropa, zapatos u otros artículos similares, los cuales requieran que los consumidores se prueben, será necesario considerar las siguientes medidas para los probadores.



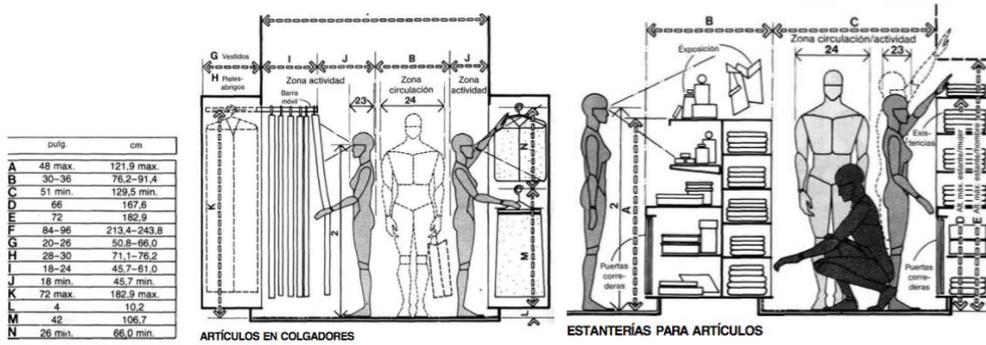
PROBADORES



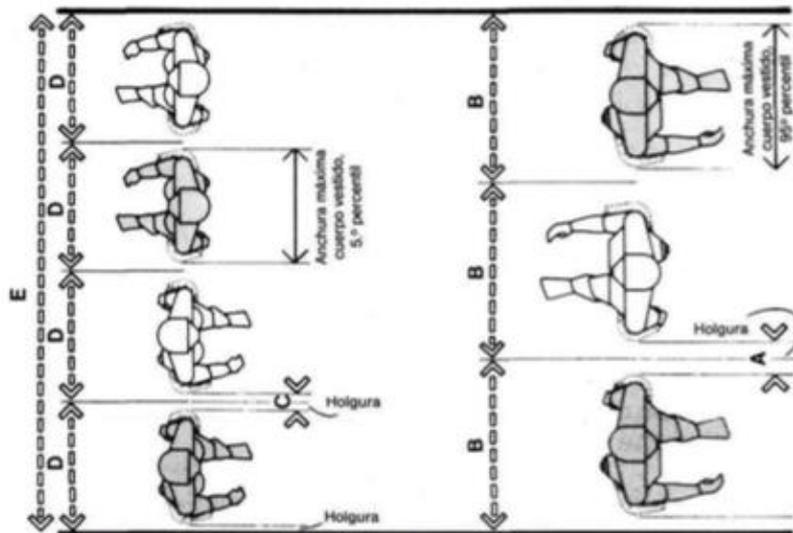
ZAPATERÍA/ZONA DE PRUEBA

	pulg.	cm
A	66 min.	167,6 min.
B	18 min.	45,7 min.
C	30 min.	76,2 min.
D	36	91,4
E	68	172,7
F	48	121,9
G	36 min.	91,4 min.
H	66	167,6
I	72	182,9
J	60-66	152,4-167,6

Las imágenes a continuación mostrarán las dimensiones de los exhibidores para artículos diversos que podrán ser exhibidos colgados o en repisas.

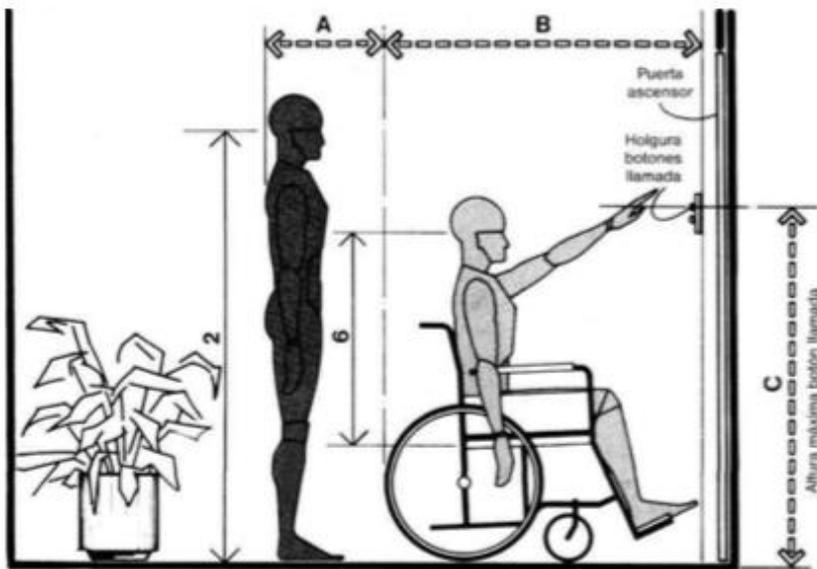


En todo el cetro comercial será fundamental considerar la anchura mínima de los pasillos para que 3 o 4 transeuntes (dependiendo de su tamaño) puedan desplazarse de forma horixontal sin ningún tipo de problemas.

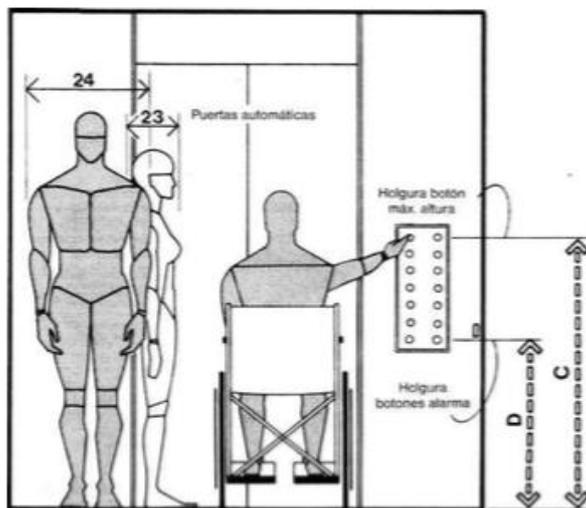


**ACOMODACIÓN DE USUARIOS DE PEQUEÑO Y GRAN TAMAÑO, CON DESPLAZAMIENTO FRONTAL EN UN PASILLO DE 243,8 cm (96 pulgadas) DE ANCHURA**

## 14 CIRCULACIONES VERICALES

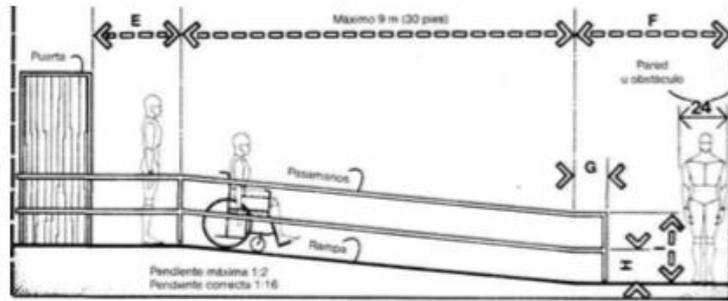


**ASCENSORES / VESTÍBULO**



**ASCENSORES / RELANO DE ESCALERA**

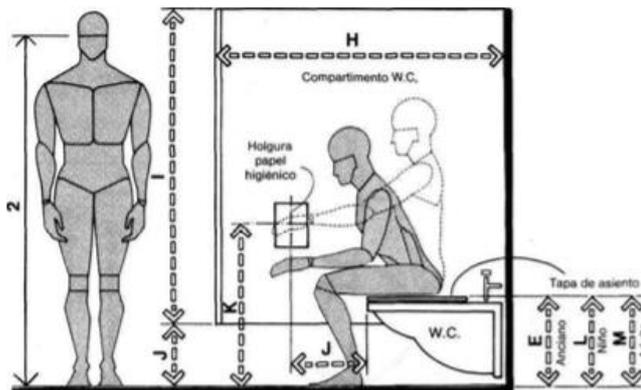
	pulg.	cm
A	18	45,7
B	48 min.	121,9 min.
C	54 max.	137,2 max.
D	30	76,2
E	42 min.	106,7 min.
F	72 min.	182,9 min.
G	12-18	30,5-45,7
H	18-20	45,7-50,8
I	33-34	83,8-86,4



**RAMPA DE ACCESO**

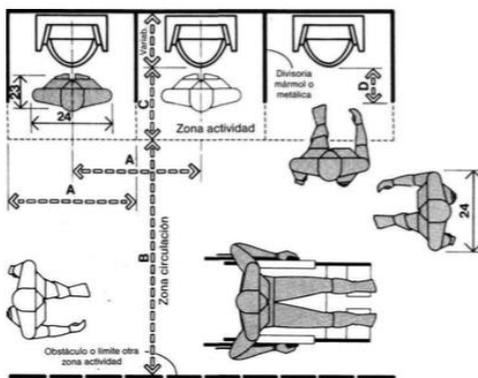
Las escaleras, rampas y ascensores deberán ser configurados con las medidas y dimensiones estándares para facilitar el desplazamiento de todos los usuarios del centro comercial, sin discriminar a nadie.

### **13. BAÑOS PÚBLICOS**



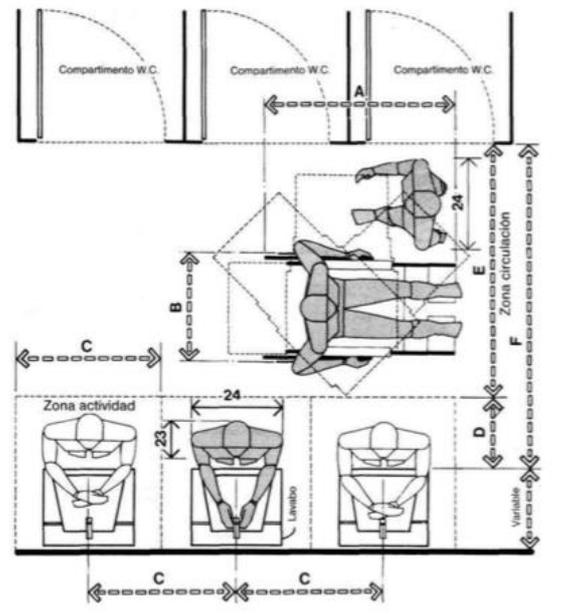
**INODORO**

	pulg.	cm
A	72 min.	182,9 min.
B	32	81,3
C	66 min.	167,6 min.
D	18 min.	45,7 min.
E	18	45,7
F	1.5 min.	3,8 min.
G	36	91,4
H	54 min.	137,2 min.
I	58	147,3
J	12	30,5
K	30 max.	76,2 max.
L	10	25,4
M	14-15	35,6-38,1



	pulg.	cm
A	32	81,3
B	54	137,2
C	18	45,7
D	8-10	20,3-25,4
E	14 min.	35,6 min.
F	36 min.	91,4 min.
G	42	106,7
H	25	63,5
I	19	48,3
J	17 max.	43,2 max.
K	12 min.	30,5 min.
L	14 max.	35,6 max.
M	48	121,9
N	18 min.	45,7 min.
O	12	30,5
P	42 min.	106,7 min.
Q	1.5 min.	3,8 min.
R	72 min.	182,9 min.

Las dimensiones para los baños deberán considerar las medidas de panero ubicados en la anterior figura.



## 15 ILUMINACION EN CENTROS COMERCIALES

- La iluminación en los centros comerciales representan hasta el 30% del consumo energético en el centro comercial
- Con estrategias inteligentes y una buena iluminación se puede ahorrar desde el 50% hasta el 70% del consumo de energía

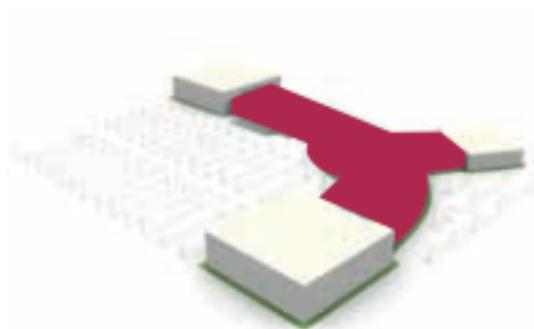
- Con el ahorro conseguido dentro de un centro comercial se puede contribuir al ahorro de hasta el 7% del consumo energético mundial.

La iluminación en los centros comerciales debe ser una iluminación responsable e inteligente a la vez. De la misma forma tiene que lograr resaltar y destacar puntos de interés para la observación del consumidor y de la misma manera iluminar y confortar a las personas que transitan y descansan dentro de las instalaciones del centro comercial.

Es importante destacar las diferentes áreas de un centro comercial para poder clasificar el tipo de iluminación y luminaria que se debe utilizar para optimizar la visualización de las áreas y el ahorro energético.

- Áreas comunes Trac comercial

**Figura 70.** Esquema pasillos y áreas comunales



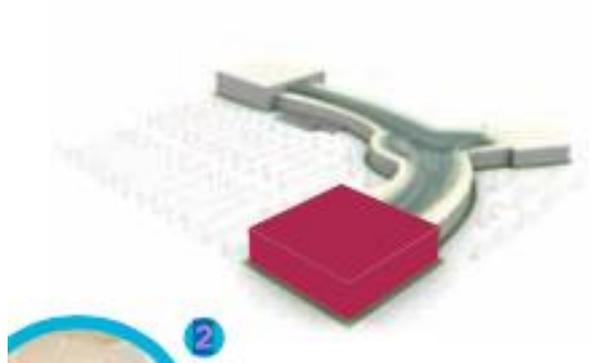
- Downlights led
- Cilindros led
- Cajillos led
- Iluminación de alto voltaje led

- Cintas led
- Tiendas de autoservicio
  - **Figura 71. Esquema de tiendas de autoservicio**



- Acentos led
- Vitrinas led
- Florecentes lineales T5
- Tiendas departamentales

**Figura 72. Esquema tiendas gancho**



- Cinta led
- Cajillo led
- Downlight led
- Vitrinas led
- Iluminación de acento

- Cines y auditorios

- **Figura 73.** Esquema cines y auditorios



- Downlight led
- Iluminación de acento
- Decorativa led
- Cajas de luz led
- señalética

- Estacionamientos y fachadas exteriores

- **Figura 74.** Esquema de fachadas



- Postes de luz
- Fluorescentes lineales
- Arbotantes de luz exterior
- Reflectores o proyectores de luz
- Led

## 16 ESTACIONAMIENTOS

Según las ordenanzas del Distrito Metropolitano de Quito hay varios tipos de parqueaderos

- Vehículos menores (bicicletas , motocicletas)
- Vehículos livianos
- Vehiculos de transporte
- Vehículos de carga pesada

En el caso del CCNU consideraremos solo los dos primeros tipos de parqueaderos .

Actualmente el centro comercial cuenta con 80 plazas de parqueaderos en planta baja exterior para los visitantes del mismo. Los residentes de las torres cuentan con 1 parqueadero en subsuelo y algunos además cuentan con su respectiva bodega.

Las especificaciones básicas que debe cumplir un estacionamiento son

- Por cada 25 estacionamientos debe haber un estacionamiento para discapacitados ubicado cerca de accesos y señalizado debidamente.
- Dimensión estacionamiento para Vehículos menores : 2,30 m x 4,80 m (8 bicicletas – 3 motos)
- Carril mínimo interior 3,50
- Dimensión estacionamientos vehículos livianos : 4,80 m x 2,50m

## 17. REFERENCIAS

Cotado, I. (2012). *Arquitectura comercial. Menos vanidad y más calidad.*

[web] Iván Cotado Diseño de Interiores.:  
<http://ivancotado.es/blog/arquitectura/arquitectura-comercial-vanidad-calidad/> [Acceso 8 Mar. 2016].

Noticias.arq.com.mx. (2016). *Anti centro comercial.* [online] Available at:

<http://noticias.arq.com.mx/Detalles/16697.html#.Vyf6bXdDk0p>  
 [Acceso 22 Apr. 2016].

El Comercio. (2014). *Los patios de comida reflejan el trajín de los centros*

*comerciales.* [web]: <http://www.elcomercio.com/actualidad/patios-comida-reflejan-trajin-centros-1.html> [Acceso 9 Mar. 2016].

Chong, G. (2008). *Diseño de espacios comerciales 12.* [web] Issuu.

[https://issuu.com/residente/docs/exposicion\\_12\\_taller\\_de\\_dise\\_o](https://issuu.com/residente/docs/exposicion_12_taller_de_dise_o)  
 [Acceso 9 Apr. 2016].

López, E. (2005). *Arquitectura Vertical, Uso Mixto de Suelo en un Edificio de*

*altura.* Licenciatura. Universidad San Carlos de Guatemala.

Issuu. (2010). *Usos Mixtos.* [web]

<https://issuu.com/revistarealestate/docs/usosmixtos> [Acceso 10 Mar. 2016].

Corporacionfavorita.com. (2016). *Historia - Corporación Favorita.* [web]

<http://www.corporacionfavorita.com/portal/es/web/favorita/historia>  
 [Acceso 6 Feb. 2016].

Santander, E. (2015). *Centros Comerciales del Ecuador: Centros Comerciales de Quito*. [web] Centroscomercialesec.blogspot.com. <http://centroscomercialesec.blogspot.com/2015/01/centros-comerciales-de-quito.html> [Acceso 11 Feb. 2016].

Dobón, M. (2013). *Mucho más que el escaparate: Arquitectura comercial - Gestion.Org*. [web] Gestion.Org. <http://www.gestion.org/economia-empresa/plan-de-negocio/43352/mucho-mas-que-el-escaparate-arquitectura-comercial/> [Acceso 25 Apr. 2016].

Panero, J. and Zelnik, M. (2008). *Las dimensiones humanas en los espacios interiores*. Barcelona: Gustavo Gili.

Rouse, M. (2016). *What is lifestyle center? - Definition from WhatIs.com*. [web] SearchCRM. <http://searchcrm.techtarget.com/definition/lifestyle-center> [Acceso 4 Feb. 2016].

Tao-arquitectos.com. (n.d.). *TAO ARQUITECTURA ECO TECH - Quito, Ecuador*. [web] Available at: [http://tao-arquitectos.com/tao\\_arquitectura-eco-tech\\_proyecto-remodelacion-centro-comercial-multicentro.html](http://tao-arquitectos.com/tao_arquitectura-eco-tech_proyecto-remodelacion-centro-comercial-multicentro.html) [Acceso 28 Mar. 2016].

El Tiempo. (2015). *Grandes soluciones para pequeños proyectos comerciales - Especiales comerciales - El Tiempo*. [web]: <http://www.eltiempo.com/contenido-comercial/especiales-comerciales/grandes-soluciones-para-pequenos-proyectos-comerciales/15436916> [Acceso 16 Feb. 2016].

Quitoadventure.com. (2016). *Principales Centros Comerciales o Malls en Quito - Quito Adventure: Encuentra tu aventura en Ecuador y Galápagos*.

[web]:<http://www.quitoadventure.com/espanol/relax-ecuador/diversion-quito/quito-centros-comerciales.html> [Acceso 6 Mar. 2016].

Irina, (2014). *Los mejores centros comerciales de Barcelona 2*. [web] Shopping & Service Guide. Available at: <http://es.ssg-bcn.com/los-mejores-centros-comerciales-de-barcelona-2/> [Acceso 8 Mar 2016].

Juno Lightning Group, (2016). *Soluciones para Iluminación y Control en Centros Comerciales*. 1st ed. México: Schneider Electric.

**RESOLUCION DEL PROYECTO**

# REPLANTAMIENTO Y REMODELACIÓN DEL CCNU ADAPTACIÓN A LAS NUEVAS NECESIDADES URBANAS



VISTA EXTERIOR-INGRESO AV. NACIONES UNIDAS

El Centro Comercial Naciones Unidas (CCNU) construido en 1976 por el Arquitecto Fernando Suarez, está ubicado en la Av. Naciones Unidas y es uno de los primeros centros comerciales en la ciudad de Quito, se convirtió en un hito para la zona que impulsó el comercio y la economía del lugar, debido a su propuesta de uso múltiple, con comercio y vivienda y a su infraestructura moderna para la época, considerado así uno de los centros comerciales más visitados a finales del siglo. Sin embargo a lo largo de los años, con el crecimiento urbano y comercial, el CCNU ha perdido fuerza e interés por la gente, causado por una serie de problemáticas urbanas, sociales y de diseño espacial, causando que hoy en día perdiera una gran afluencia de gente y provocando que los negocios abandonaran el lugar. Debido a esto el presente proyecto, propone una intervención que permita al centro comercial ser nuevamente un punto de atracción para el barrio, mediante un diseño innovador e interactivo que permita al CCNU adaptarse a las nuevas necesidades sociales y comerciales de la ciudad convirtiéndose en un espacio interactivo, innovador y sostenible.

- PROBLEMÁTICAS**
1. Falta de innovación en la infraestructura del CCNU
  2. La distribución espacial no responde a las necesidades cambiantes urbanas y sociales.
  3. Ausencia de comercios andas, que atraigan a la gente.
  4. Falta de jerarquización del ingreso en la fachada.
  5. Ausencia de un diseño espacial dinámico e interactivo.
  6. Circulación interna desconectada con su entorno urbano.
  7. Falta de plazas de estacionamiento.

**CONCEPTO**

**SIMBIOSIS URBANA-NATURAL:**

Considerando a la simbiosis como la dependencia de dos elementos (urbano-natural) los cuales a partir de sus distintas características buscan beneficiarse una de la otra y convivir en armonía.

**METAS DEL DISEÑO:**

- Generar un espacio colectivo e integrador de las distintas necesidades y actividades de los usuarios de la zona.
- Promover una sana experiencia comercial mediante espacios flexibles que permitan variedad de usos.
- Integrar el espacio público con el proyecto, mediante la continuidad del Boulevard de las Naciones Unidas.
- Generar fachadas internas que ofrezcan visuales atractivas que favorezcan a las diferentes actividades que se desarrollan dentro del espacio.
- Fusionar las distintas actividades que se desarrollan dentro del proyecto a través de la creación de plazas y espacios públicos integrables.

**ACTIVIDADES USUARIOS Y TARGET**

**ACTIVIDADES:**

ACTIVIDADES:	USUARIOS PRINCIPALES:	CLASE SOCIAL:
Comercio	Población con necesidades puritales, mayores a 25 años.	Media - Baja
Servicios		

**PROPUESTA:**

ACTIVIDADES PRINCIPALES:	USUARIOS PRINCIPALES:	CLASE SOCIAL:
Comercio	Oficinistas de distintos cargos	Alta - Media
Cultura	Residentes de las Torres	Alta - Media
Recreación y Ocio	Visitantes de la zona y público en general	Alta - Media
Servicios		

**ACTIVIDADES SECUNDARIAS:**

ACTIVIDADES SECUNDARIAS:	USUARIOS PRINCIPALES:	CLASE SOCIAL:
Administración y Mantenimiento	Profesionales	Alta-Medio Baja

**PROGRAMACIÓN**

ACTUAL	PROPUESTA
Programa Urbano	Programa Urbano
- 150 locales comerciales	- Locales Andas
- Locales de servicio	- Locales Comerciales tipo A exteriores
- Bancos	- Locales Comerciales tipo B interior
Programa Natural	- Servicios e Información
- Boulevard Gastronómico	- Administración
- Plaza Interactiva	
- Graderío Colectivo	
- Módulo tipo 1 Usos múltiples	
- Módulo tipo 2 Usos Cultural - Recreativo	
- Módulo tipo 3 Usos Comercial	
- Módulo tipo 3 Usos Comercial	

**HORARIOS DE USO**

**ACTUAL:**

**ÁREAS INTERIORES:**

- Horarios de Atención: Lunes a sábado de 10:00 a 8:00pm
- Horarios de Atención: Domingo no es obligatorio abrir los locales

**ÁREAS EXTERIORES:**

- Horarios de Atención de Lunes a Domingo de 8:00 a 10:00pm

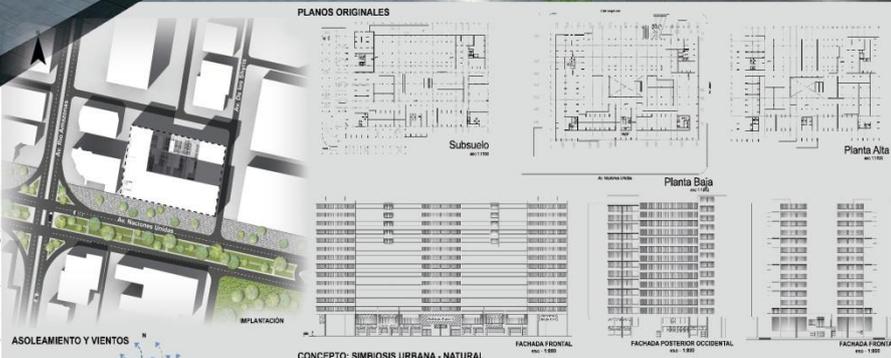
**PROPUESTA:**

**ÁREAS INTERIORES:**

- Horarios de Atención: Lunes a Jueves y Domingo de 10:00am a 8:00pm
- Horarios de Atención: Viernes y Sábado de 10:00am a 10:00pm

**ÁREAS EXTERIORES:**

- Horarios de Atención de Lunes a Jueves y Domingo de 8:00am a 9:00pm
- Horarios de Atención de Viernes a Sábado de 8:00am a 10:00pm



### ESTRUCTURA

- Columnas 0.34 x 0.50
- Diágramas 0.34 x 2.00

### CIRCULACIÓN

- Circulaciones Horizontales Públicas
- Circulaciones Horizontales de Servicio

### ZONIFICACIÓN Y FUNCIÓN

- Áreas
- Local Tipo A
- Local Tipo B
- Circulaciones de Servicio
- Seguridad e Información
- Administración

### RELACION INTERIOR-EXTERIOR

- Volumenes con mayor relación al entorno urbano
- Volumenes con mayor relación al entorno natural

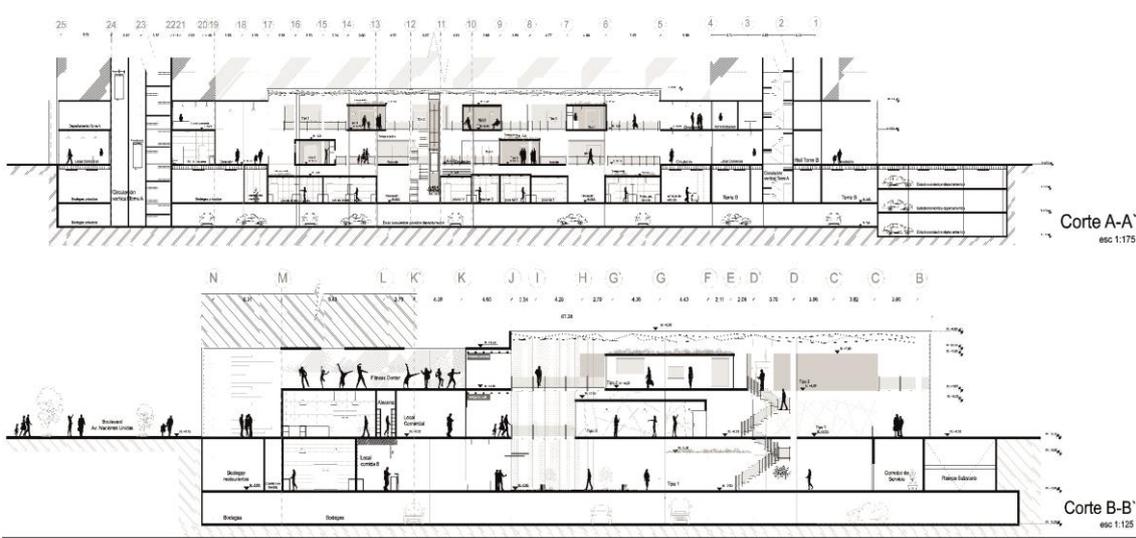
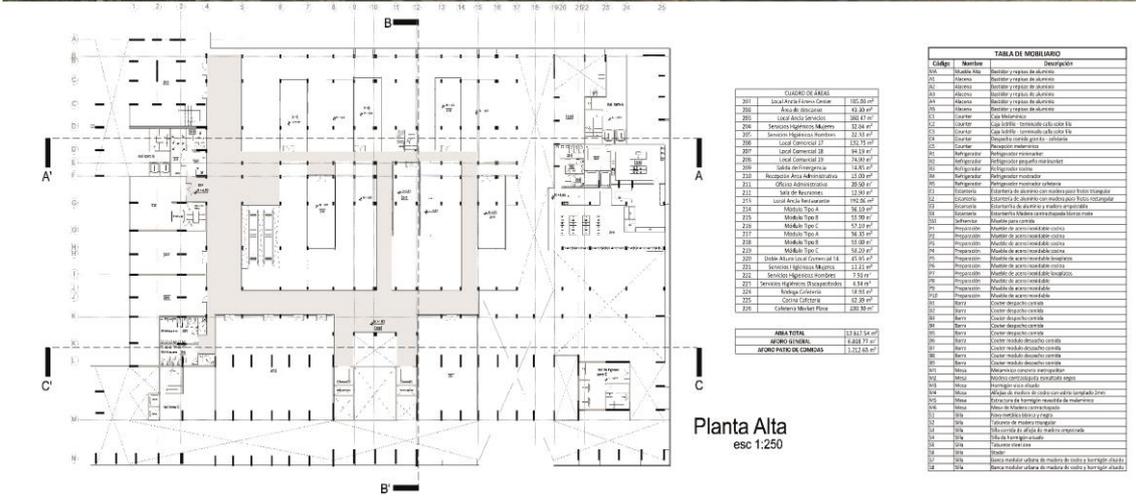
### ACCESOS Y FLUJOS

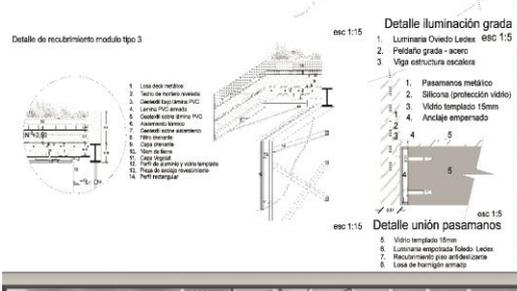
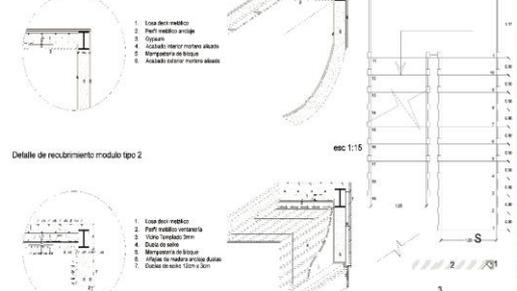
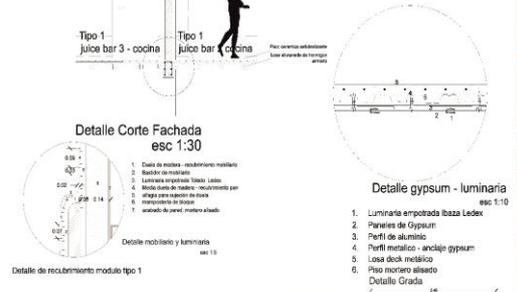
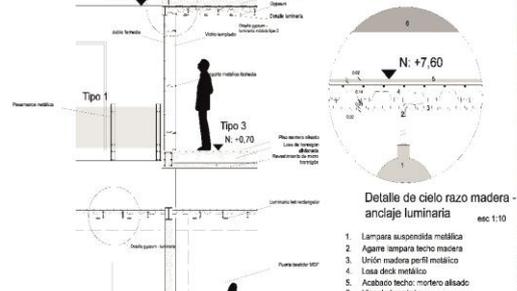
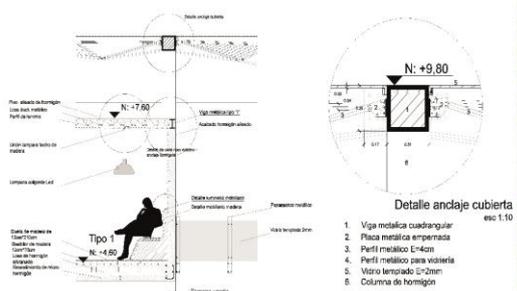
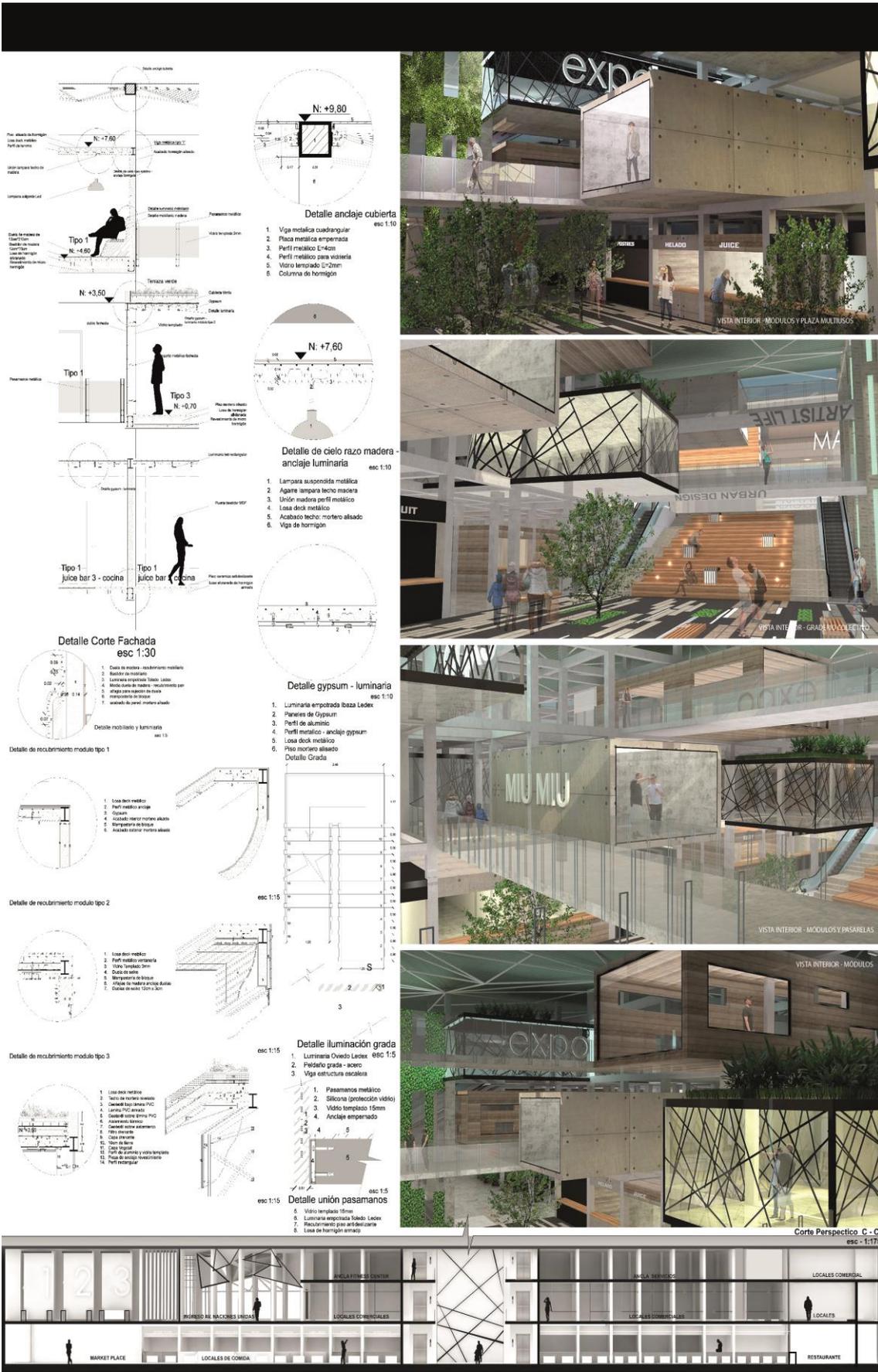
- Flujo Interno del Proyecto
- Acceso Principales
- Acceso Secundarios

### Subsuelo

esc 1:250

ESQUEJO DE ÁREAS		
001	Plano de los muros	473.12 m <sup>2</sup>
002	Gradas de Arriba	138.50 m <sup>2</sup>
003	Módulo de Plaza	128.22 m <sup>2</sup>
004	Bodega de Frutas	5.41 m <sup>2</sup>
005	Almacén	18.11 m <sup>2</sup>
006	Local Área de Mantenimiento	124.28 m <sup>2</sup>
007	Bodega de Frutas	124.28 m <sup>2</sup>
008	Cocina de Bodega	171.51 m <sup>2</sup>
009	Local Comercial 1	42.28 m <sup>2</sup>
010	Local Comercial 2	38.24 m <sup>2</sup>
011	Local Comercial 3	38.24 m <sup>2</sup>
012	Local Comercial 4	38.24 m <sup>2</sup>
013	Local Comercial 5	38.24 m <sup>2</sup>
014	Local Comercial 6	38.24 m <sup>2</sup>
015	Local Comercial 7	38.24 m <sup>2</sup>
016	Local Comercial 8	38.24 m <sup>2</sup>
017	Local Comercial 9	38.24 m <sup>2</sup>
018	Local Comercial 10	38.24 m <sup>2</sup>
019	Local Comercial 11	38.24 m <sup>2</sup>
020	Local Comercial 12	38.24 m <sup>2</sup>
021	Local Comercial 13	38.24 m <sup>2</sup>
022	Local Comercial 14	38.24 m <sup>2</sup>
023	Local Comercial 15	38.24 m <sup>2</sup>
024	Local Comercial 16	38.24 m <sup>2</sup>
025	Local Comercial 17	38.24 m <sup>2</sup>
026	Local Comercial 18	38.24 m <sup>2</sup>
027	Local Comercial 19	38.24 m <sup>2</sup>
028	Local Comercial 20	38.24 m <sup>2</sup>
029	Local Comercial 21	38.24 m <sup>2</sup>
030	Local Comercial 22	38.24 m <sup>2</sup>
031	Local Comercial 23	38.24 m <sup>2</sup>
032	Local Comercial 24	38.24 m <sup>2</sup>
033	Local Comercial 25	38.24 m <sup>2</sup>
034	Local Comercial 26	38.24 m <sup>2</sup>
035	Local Comercial 27	38.24 m <sup>2</sup>
036	Local Comercial 28	38.24 m <sup>2</sup>
037	Local Comercial 29	38.24 m <sup>2</sup>
038	Local Comercial 30	38.24 m <sup>2</sup>
039	Local Comercial 31	38.24 m <sup>2</sup>
040	Local Comercial 32	38.24 m <sup>2</sup>
041	Local Comercial 33	38.24 m <sup>2</sup>
042	Local Comercial 34	38.24 m <sup>2</sup>
043	Local Comercial 35	38.24 m <sup>2</sup>
044	Local Comercial 36	38.24 m <sup>2</sup>
045	Local Comercial 37	38.24 m <sup>2</sup>
046	Local Comercial 38	38.24 m <sup>2</sup>
047	Local Comercial 39	38.24 m <sup>2</sup>
048	Local Comercial 40	38.24 m <sup>2</sup>
049	Local Comercial 41	38.24 m <sup>2</sup>
050	Local Comercial 42	38.24 m <sup>2</sup>
051	Local Comercial 43	38.24 m <sup>2</sup>
052	Local Comercial 44	38.24 m <sup>2</sup>
053	Local Comercial 45	38.24 m <sup>2</sup>
054	Local Comercial 46	38.24 m <sup>2</sup>
055	Local Comercial 47	38.24 m <sup>2</sup>
056	Local Comercial 48	38.24 m <sup>2</sup>
057	Local Comercial 49	38.24 m <sup>2</sup>
058	Local Comercial 50	38.24 m <sup>2</sup>
059	Local Comercial 51	38.24 m <sup>2</sup>
060	Local Comercial 52	38.24 m <sup>2</sup>
061	Local Comercial 53	38.24 m <sup>2</sup>
062	Local Comercial 54	38.24 m <sup>2</sup>
063	Local Comercial 55	38.24 m <sup>2</sup>
064	Local Comercial 56	38.24 m <sup>2</sup>
065	Local Comercial 57	38.24 m <sup>2</sup>
066	Local Comercial 58	38.24 m <sup>2</sup>
067	Local Comercial 59	38.24 m <sup>2</sup>
068	Local Comercial 60	38.24 m <sup>2</sup>
069	Local Comercial 61	38.24 m <sup>2</sup>
070	Local Comercial 62	38.24 m <sup>2</sup>
071	Local Comercial 63	38.24 m <sup>2</sup>
072	Local Comercial 64	38.24 m <sup>2</sup>
073	Local Comercial 65	38.24 m <sup>2</sup>
074	Local Comercial 66	38.24 m <sup>2</sup>
075	Local Comercial 67	38.24 m <sup>2</sup>
076	Local Comercial 68	38.24 m <sup>2</sup>
077	Local Comercial 69	38.24 m <sup>2</sup>
078	Local Comercial 70	38.24 m <sup>2</sup>
079	Local Comercial 71	38.24 m <sup>2</sup>
080	Local Comercial 72	38.24 m <sup>2</sup>
081	Local Comercial 73	38.24 m <sup>2</sup>
082	Local Comercial 74	38.24 m <sup>2</sup>
083	Local Comercial 75	38.24 m <sup>2</sup>
084	Local Comercial 76	38.24 m <sup>2</sup>
085	Local Comercial 77	38.24 m <sup>2</sup>
086	Local Comercial 78	38.24 m <sup>2</sup>
087	Local Comercial 79	38.24 m <sup>2</sup>
088	Local Comercial 80	38.24 m <sup>2</sup>
089	Local Comercial 81	38.24 m <sup>2</sup>
090	Local Comercial 82	38.24 m <sup>2</sup>
091	Local Comercial 83	38.24 m <sup>2</sup>
092	Local Comercial 84	38.24 m <sup>2</sup>
093	Local Comercial 85	38.24 m <sup>2</sup>
094	Local Comercial 86	38.24 m <sup>2</sup>
095	Local Comercial 87	38.24 m <sup>2</sup>
096	Local Comercial 88	38.24 m <sup>2</sup>
097	Local Comercial 89	38.24 m <sup>2</sup>
098	Local Comercial 90	38.24 m <sup>2</sup>
099	Local Comercial 91	38.24 m <sup>2</sup>
100	Local Comercial 92	38.24 m <sup>2</sup>
101	Local Comercial 93	38.24 m <sup>2</sup>
102	Local Comercial 94	38.24 m <sup>2</sup>
103	Local Comercial 95	38.24 m <sup>2</sup>
104	Local Comercial 96	38.24 m <sup>2</sup>
105	Local Comercial 97	38.24 m <sup>2</sup>
106	Local Comercial 98	38.24 m <sup>2</sup>
107	Local Comercial 99	38.24 m <sup>2</sup>
108	Local Comercial 100	38.24 m <sup>2</sup>
109	Local Comercial 101	38.24 m <sup>2</sup>
110	Local Comercial 102	38.24 m <sup>2</sup>
111	Local Comercial 103	38.24 m <sup>2</sup>
112	Local Comercial 104	38.24 m <sup>2</sup>
113	Local Comercial 105	38.24 m <sup>2</sup>
114	Local Comercial 106	38.24 m <sup>2</sup>
115	Local Comercial 107	38.24 m <sup>2</sup>
116	Local Comercial 108	38.24 m <sup>2</sup>
117	Local Comercial 109	38.24 m <sup>2</sup>
118	Local Comercial 110	38.24 m <sup>2</sup>
119	Local Comercial 111	38.24 m <sup>2</sup>
120	Local Comercial 112	38.24 m <sup>2</sup>
121	Local Comercial 113	38.24 m <sup>2</sup>
122	Local Comercial 114	38.24 m <sup>2</sup>
123	Local Comercial 115	38.24 m <sup>2</sup>
124	Local Comercial 116	38.24 m <sup>2</sup>
125	Local Comercial 117	38.24 m <sup>2</sup>
126	Local Comercial 118	38.24 m <sup>2</sup>
127	Local Comercial 119	38.24 m <sup>2</sup>
128	Local Comercial 120	38.24 m <sup>2</sup>
129	Local Comercial 121	38.24 m <sup>2</sup>
130	Local Comercial 122	38.24 m <sup>2</sup>
131	Local Comercial 123	38.24 m <sup>2</sup>
132	Local Comercial 124	38.24 m <sup>2</sup>
133	Local Comercial 125	38.24 m <sup>2</sup>
134	Local Comercial 126	38.24 m <sup>2</sup>
135	Local Comercial 127	38.24 m <sup>2</sup>
136	Local Comercial 128	38.24 m <sup>2</sup>
137	Local Comercial 129	38.24 m <sup>2</sup>
138	Local Comercial 130	38.24 m <sup>2</sup>
139	Local Comercial 131	38.24 m <sup>2</sup>
140	Local Comercial 132	38.24 m <sup>2</sup>
141	Local Comercial 133	38.24 m <sup>2</sup>
142	Local Comercial 134	38.24 m <sup>2</sup>
143	Local Comercial 135	38.24 m <sup>2</sup>
144	Local Comercial 136	38.24 m <sup>2</sup>
145	Local Comercial 137	38.24 m <sup>2</sup>
146	Local Comercial 138	38.24 m <sup>2</sup>
147	Local Comercial 139	38.24 m <sup>2</sup>
148	Local Comercial 140	38.24 m <sup>2</sup>
149	Local Comercial 141	38.24 m <sup>2</sup>
150	Local Comercial 142	38.24 m <sup>2</sup>
151	Local Comercial 143	38.24 m <sup>2</sup>
152	Local Comercial 144	38.24 m <sup>2</sup>
153	Local Comercial 145	38.24 m <sup>2</sup>
154	Local Comercial 146	38.24 m <sup>2</sup>
155	Local Comercial 147	38.24 m <sup>2</sup>
156	Local Comercial 148	38.24 m <sup>2</sup>
157	Local Comercial 149	38.24 m <sup>2</sup>
158	Local Comercial 150	38.24 m <sup>2</sup>
159	Local Comercial 151	38.24 m <sup>2</sup>
160	Local Comercial 152	38.24 m <sup>2</sup>
161	Local Comercial 153	38.24 m <sup>2</sup>
162	Local Comercial 154	38.24 m <sup>2</sup>
163	Local Comercial 155	38.24 m <sup>2</sup>
164	Local Comercial 156	38.24 m <sup>2</sup>
165	Local Comercial 157	38.24 m <sup>2</sup>
166	Local Comercial 158	38.24 m <sup>2</sup>
167	Local Comercial 159	38.24 m <sup>2</sup>
168	Local Comercial 160	38.24 m <sup>2</sup>
169	Local Comercial 161	38.24 m <sup>2</sup>
170	Local Comercial 162	38.24 m <sup>2</sup>
171	Local Comercial 163	38.24 m <sup>2</sup>
172	Local Comercial 164	38.24 m <sup>2</sup>
173	Local Comercial 165	38.24 m <sup>2</sup>
174	Local Comercial 166	38.24 m <sup>2</sup>
175	Local Comercial 167	38.24 m <sup>2</sup>
176	Local Comercial 168	38.24 m <sup>2</sup>
177	Local Comercial 169	38.24 m <sup>2</sup>
178	Local Comercial 170	38.24 m <sup>2</sup>
179	Local Comercial 171	38.24 m <sup>2</sup>
180	Local Comercial 172	38.24 m <sup>2</sup>
181	Local Comercial 173	38.24 m <sup>2</sup>
182	Local Comercial 174	38.24 m <sup>2</sup>
183	Local Comercial 175	38.24 m <sup>2</sup>
184	Local Comercial 176	38.24 m <sup>2</sup>
185	Local Comercial 177	38.24 m <sup>2</sup>
186	Local Comercial 178	38.24 m <sup>2</sup>
187	Local Comercial 179	38.24 m <sup>2</sup>
188	Local Comercial 180	38.24 m <sup>2</sup>
189	Local Comercial 181	38.24 m <sup>2</sup>
190	Local Comercial 182	38.24 m <sup>2</sup>
191	Local Comercial 183	38.24 m <sup>2</sup>
192	Local Comercial 184	38.24 m <sup>2</sup>
193	Local Comercial 185	38.24 m <sup>2</sup>
194	Local Comercial 186	38.24 m <sup>2</sup>
195	Local Comercial 187	38.24 m <sup>2</sup>
196	Local Comercial 188	38.24 m <sup>2</sup>
197	Local Comercial 189	38.24 m <sup>2</sup>
198	Local Comercial 190	38.24 m <sup>2</sup>
199	Local Comercial 191	38.24 m <sup>2</sup>
200	Local Comercial 192	38.24 m <sup>2</sup>
201	Local Comercial 193	38.24 m <sup>2</sup>
202	Local Comercial 194	38.24 m <sup>2</sup>
203	Local Comercial 195	38.24 m <sup>2</sup>
204	Local Comercial 196	38.24 m <sup>2</sup>
205	Local Comercial 197	38.24 m <sup>2</sup>
206	Local Comercial 198	38.24 m <sup>2</sup>
207	Local Comercial 199	38.24 m <sup>2</sup>
208	Local Comercial 200	38.24 m <sup>2</sup>
209	Local Comercial 201	38.24 m <sup>2</sup>
210	Local Comercial 202	38.24 m <sup>2</sup>
211	Local Comercial 203	38.24 m <sup>2</sup>
212	Local Comercial 204	38.24 m <sup>2</sup>
213	Local Comercial 205	38.24 m <sup>2</sup>
214	Local Comercial 206	38.24 m <sup>2</sup>
215	Local Comercial 207	38.24 m <sup>2</sup>
216	Local Comercial 208	38.24 m <sup>2</sup>
217	Local Comercial 209	38.24 m <sup>2</sup>
218	Local Comercial 210	38.24 m <sup>2</sup>
219	Local Comercial 211	38.24 m <sup>2</sup>
220	Local Comercial 212	38.24 m <sup>2</sup>
221	Local Comercial 213	38.24 m <sup>2</sup>
222	Local Comercial 214	38.24 m <sup>2</sup>
223	Local Comercial 215	38.24 m <sup>2</sup>
224	Local Comercial 216	38.24 m <sup>2</sup>
225	Local Comercial 217	38.24 m <sup>2</sup>
226	Local Comercial 218	38.24 m <sup>2</sup>
227	Local Comercial 219	38.24 m <sup>2</sup>
228	Local Comercial 220	38.24 m <sup>2</sup>
229	Local Comercial 221	38.24 m <sup>2</sup>
230	Local Comercial 222	38.24 m <sup>2</sup>
231	Local Comercial 223	38.24 m <sup>2</sup>
232	Local Comercial 224	38.24 m <sup>2</sup>
233	Local Comercial 225	38.24 m <sup>2</sup>
234	Local Comercial 226	38.24 m <sup>2</sup>
235	Local Comercial 227	38.24 m <sup>2</sup>
236	Local Comercial 228	38.24 m <sup>2</sup>
237	Local Comercial 229	38.24 m <sup>2</sup>
238	Local Comercial 230	38.24 m <sup>2</sup>
239	Local Comercial 231	38.24 m <sup>2</sup>
240	Local Comercial 232	38.24 m <sup>2</sup>
241	Local Comercial 233	38.24 m <sup>2</sup>
242	Local Comercial 234	38.24 m <sup>2</sup>
243	Local Comercial 235	38.24 m <sup>2</sup>
244	Local Comercial 236	38.24 m <sup>2</sup>
245	Local Comercial 237	38.24 m <sup>2</sup>
246	Local Comercial 238	38.24 m <sup>2</sup>
247	Local Comercial 239	38.24 m <sup>2</sup>
248	Local Comercial 240	38.24 m <sup>2</sup>
249	Local Comercial 241	38.24 m <sup>2</sup>
250	Local Comercial 242	38.24 m <sup>2</sup>
251	Local Comercial 243	38.24 m <sup>2</sup>
252	Local Comercial 244	38.24 m <sup>2</sup>
253	Local Comercial 245	38.24 m <sup>2</sup>
254	Local Comercial 246	38.24 m <sup>2</sup>
255	Local Comercial 247	38.24 m <sup>2</sup>
256	Local Comercial 248	38.24 m <sup>2</sup>
257	Local Comercial 249	38.24 m <sup>2</sup>
258	Local Comercial 250	38.24 m <sup>2</sup>
259	Local Comercial 251	38.24 m <sup>2</sup>
260	Local Comercial 252	38.24 m <sup>2</sup>
261	Local Comercial 253	38.24 m <sup>2</sup>
262	Local Comercial 254	38.24 m <sup>2</sup>
263	Local Comercial 255	38.24 m <sup>2</sup>
264	Local Comercial 256	38.24 m <sup>2</sup>
265	Local Comercial 257	38.24 m <sup>2</sup>
266	Local Comercial 258	38.24 m <sup>2</sup>
267	Local Comercial 259	38.24 m <sup>2</sup>
268	Local Comercial 260	38.24 m <sup>2</sup>
269	Local Comercial 261	38.24 m <sup>2</sup>
270	Local Comercial 262	38.24 m <sup>2</sup>
271	Local Comercial 263	38.24 m <sup>2</sup>
272	Local Comercial 264	38.24 m <sup>2</sup>
273	Local Comercial 265	38.24 m <sup>2</sup>
274	Local Comercial 266	38.24 m <sup>2</sup>
275	Local Comercial 267	38.24 m <sup>2</sup>
276	Local Comercial 268	38.24 m <sup>2</sup>
277	Local Comercial 269	38.24 m <sup>2</sup>
278	Local Comercial 270	38.24 m <sup>2</sup>
279	Local Comercial 271	38.24 m <sup>2</sup>
280	Local Comercial 272	38.24 m <sup>2</sup>
281	Local Comercial 273	38.24 m <sup>2</sup>
282	Local Comercial 274	38.24 m <sup>2</sup>
283	Local Comercial 275	38.24 m <sup>2</sup>
284	Local Comercial 276	38.24 m <sup>2</sup>
285	Local Comercial 277	38.24 m <sup>2</sup>
286	Local Comercial 278	38.24 m <sup>2</sup>
287	Local Comercial 279	38.24 m <sup>2</sup>
288	Local Comercial 280	38.24 m <sup>2</sup>
289	Local Comercial 281	38.24 m <sup>2</sup>
290	Local Comercial 282	38.24 m <sup>2</sup>
291	Local Comercial 28	

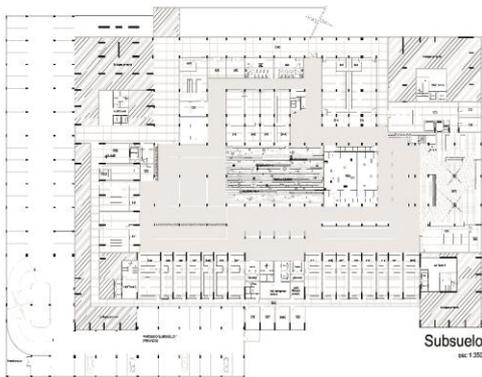




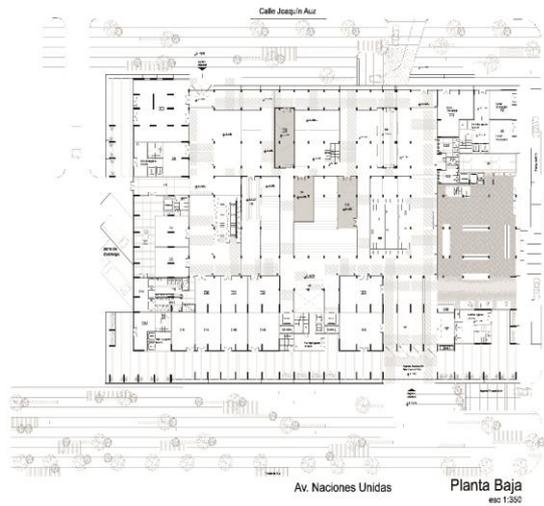


<p>SEMPRE</p> <p>Formado 01a</p>	<p>HORMIGÓN ALBADO</p> <p>Formado 01a</p>	<p>PORCELANATO MARINADO</p> <p>Formado 22x122</p>	<p>PORCELANATO</p> <p>Formado 35x50</p>	<p>BOGOLIN NEGRO</p> <p>Formado 10x10</p>	<p>BOGOLIN GRIS</p> <p>Formado 10x20</p>
----------------------------------	---	---	---	---	--

**PLANTAS DE PISO**

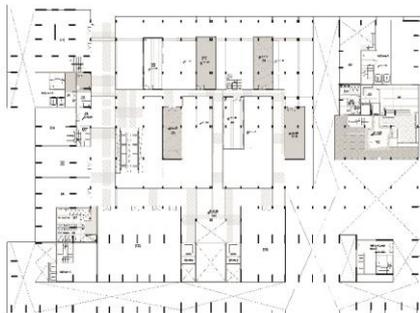


Subsuelo  
esc: 1:500

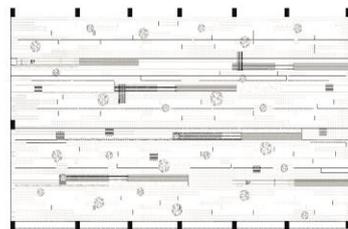


Planta Baja  
esc: 1:300

**PLANTA DE PISOS - PLAZA MULTIUSO**



Planta Alta  
esc: 1:500



Plaza Plaza Multiuso  
esc: 1:100



Elevación detalle iluminación columna  
esc 1:30

Subsuelo  
esc 1:350

Planta Baja  
esc 1:500

Planta Alta  
esc 1:500

**LUMINARIA**

BALA DULUX EMPOTRABLE

LUMINARIA IBIZA LED

LUMINARIA MODULAR LED COLGANTE

SPOT LIGHT LED

LUMINARIA COLGANTE 45° VIBIA

LUMINARIA COLGANTE ROYAL DE ALUMINIO BLANCO

CINTA LED

LUMINARIA EMPOTRABLE LED

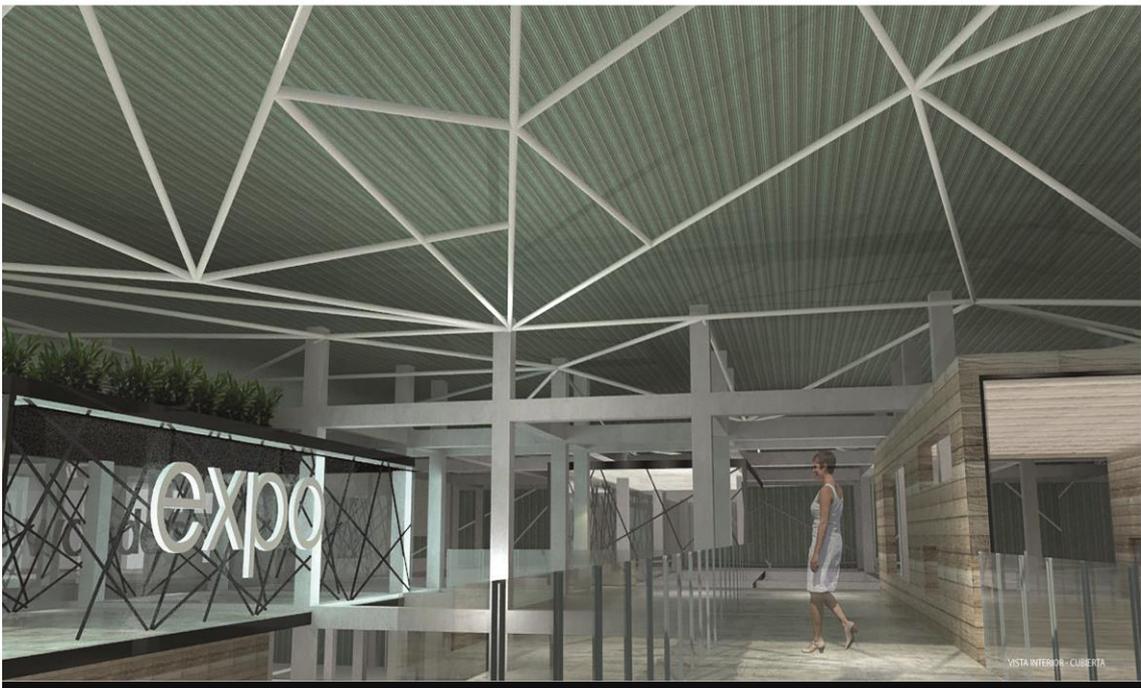
DOWNLIGHT EMPOTRABLE

**SIMBOLOGÍA**

LUMINARIA EMPOTRABLE LED	DOWNLIGHT EMPOTRABLE	LUMINARIA MODULAR LED COLGANTE
SPOT LIGHT LED	BALADULUX EMPOTRABLE	LUMINARIA COLGANTE 45° VIBIA
LUMINARIA COLGANTE ROYAL DE ALUMINIO BLANCO	CINTA LED	DOWNLIGHT EMPOTRABLE

Detalle luminaria - columna  
esc 1:5

1. Panel translúcido microperforado
2. Luminaria Ibiza / Ledex
3. Hormigón armado



**FACHADA LETRERO LOCAL TIPO A**  
esc. 1:3

1. Triplex lacado mate negro
2. Letras 3D de acrílico 3mm blanco tipografía - Krungthep
3. Anclaje gymsup
4. Loba de hormigón
5. Perno anclaje triplex

**Corte letrero local tipo A**  
esc. 1:3

**D1. Anclaje de acero**  
esc. 1:3

**D2. Anclaje madera**  
esc. 1:3

**Planta mobiliario - banca corrida patio de comidas**  
esc. 1:15

**Elevación mobiliario - banca corrida patio de comidas**  
esc. 1:15

**D2. Anclaje mobiliario**  
esc. 1:3

**FACHADA COUNTER MÓDULO COMIDA**  
esc. 1:20

1. Material según módulo (madera - hormigón)
2. Letras 3D de acrílico 3mm blanco tipografía - Krungthep
3. Lámparas empotradas Black Luster
4. Tablero de madera de Sable
5. Cuenta de hormigón armado visto
6. Grando recatamiento mesón

**Corte B-B' counter**  
esc. 1:20

**D4 Detalle anclaje rotulo - luminaria**  
esc. 1:15

**FACHADA COUNTER - PATIO DE COMIDAS**  
esc. 1:20

1. Counter de policarbonato
2. Perfil de aluminio negro
3. Tablero de Madera de Sable
4. Placa de acero inoxidable
5. Letras 3D de acrílico 3mm blanco tipografía - Krungthep
6. Lámparas empotradas Black Luster
7. Cristal de hormigón

**Corte A-A' counter - patio de comidas**  
esc. 1:20

**D1 Detalle letrero - luminaria**  
esc. 1:15

**D2 Detalle anclaje - luminaria**  
esc. 1:15

**D3 Counter policarbonato**  
esc. 1:15

**MOBILIARIO DE DISEÑADOR**

SILLAS NAVY COLOR BLANCO

SILLAS NAVY COLOR NEGRO

TABURETE NEGRO TRIANGULAR

SILLAS STOOL ONE COLOR NEGRO

VISTA INTERIOR - MESAS SECTOR MARKETPLACE

VISTA INTERIOR - MESAS CENTRALES BOULEVARD GASTRONÓMICO

VISTA INTERIOR - MESAS Y LOCALES BOULEVARD GASTRONÓMICO

VISTA INTERIOR - ÁREA DE MESAS BOULEVARD GASTRONÓMICO



### MUEBLE MODULAR

**Planta mobiliario** esc: 1:5

**Fachadas mobiliario** esc: 1:5

**POSIBILIDADES DE USO:**

Opción 1, Opción 2, Opción 3, Opción 4, Opción 5, Opción 6, Opción 7

### MÓDULO DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD:

**Planta módulo informativo - Publicidad** esc: 1:10

**Detalle módulo publicidad** esc: 1:10

**Planta**

Fachada Frontal, Fachada Izquierda, Fachada Derecha, Fachada Posterior, Perspectiva

VISTA INTERIOR - PLAZA MULTUSOS Y BOULEVARD GASTRONÓMICO

VISTA INTERIOR - PLAZA MULTUSOS Y MUEBLA MODULAR

VISTA INTERIOR - PASILLO PRINCIPAL PLANTA BAJA

VISTA INTERIOR - CIRCULACIÓN VERTICAL Y MOBILIARIO PLANTA BAJA

