



UNIVERSIDAD RICARDO PALMA

FACULTAD DE ARQUITECTURA Y URBANISMO
ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE ARQUITECTO

CENTRO COMERCIAL CULTURAL METROPOLITANO EN EL CERCADO DEL CALLAO

Presentado por
Bachiller: Julio Alejandro Takimoto Capurro

Asesor: Arq. Roberto Martín Libio Lecaros

LIMA, PERÚ
2022

DEDICATORIA

A Dios.

AGRADECIMIENTO

*Agradezco a Dios por darme la vida y llegar
a este momento en mi vida profesional.*

A mi familia por apoyarme en este proceso.

*A mi asesor , el Arq. Libio por su disposición,
enseñanzas y conocimientos brindados.*

A mis amigos por su apoyo.

ÍNDICE DE CONTENIDO

DEDICATORIA	i		
AGRADECIMIENTO	ii		
ÍNDICE DE CONTENIDO	iii		
ÍNDICE DE FIGURAS	v		
ÍNDICE DE TABLAS	vii		
RESUMEN Y PALABRAS CLAVE	viii		
ABSTRACT	ix		
INTRODUCCIÓN	1		
CAPÍTULO I. Generalidades	2	CAPÍTULO II. Marco teórico	13
1.1. Tema	3	2.1 Antecedentes referentes al tema de investigación	14
1.2. Planteamiento del problema	4	2.1.1. Antecedentes nacionales	14
1.3. Objetivos	6	2.1.2. Antecedente internacional	17
1.3.1. Objetivo general	6	2.2. Base teórica	19
1.3.2. Objetivos específicos	6	2.2.1. Victor Gruen – El centro comercial es más que un lugar para ir a hacer compras	19
1.4. Alcances y limitaciones	7	2.2.2. Jan Gehl – El comercio como generador de ciudad y actividad urbana	20
1.4.1. Alcances	7	2.2.3. Jan Gehl – Importancia del nivel usuario	22
1.4.2. Limitaciones	7	2.3. Base conceptual	23
1.5. Justificación del proyecto	8		
1.6. Viabilidad	9		
1.7. Metodología	11		
1.7.1. Técnicas de recolección de la información	11		
1.7.2. Procesamiento de la información	11		
1.7.3. Esquema metodológico	12		
		CAPITULO III. Análisis de centros comerciales	24
		3.1. Análisis de centros comerciales en Lima Metropolitana	25
		3.1.1. Centro Comercial Plaza Norte	25
		3.1.2. Centro Comercial Jockey Plaza	28
		3.1.3. Centro Comercial Camino Real	31
		3.2. Lineamientos de centro comerciales	34

ÍNDICE DE CONTENIDO

CAPITULO IV. Análisis del área de estudio	35	CAPITULO V. Criterios de diseño	40	CAPITULO VI. Proyecto arquitectónico	45
4.1. Ubicación	36	5.1. Criterios de habitabilidad	41	6.1. Programa arquitectónico	46
4.2. Análisis de habitabilidad	37	5.2. Criterios de actividad urbana	42	6.2. Rentabilidad	49
4.3. Análisis de actividad urbana	38	5.3. Criterios de movilidad	43	6.3. Toma de partido	50
4.4. Análisis de movilidad	39	5.4. Criterios ambientales	44	6.4. Zonificación	51
				6.5. Planimetría	52
				6.6. Detalles	57
				6.7. Vistas	59
				CONCLUSIONES	62
				RECOMENDACIONES	63
				REFERENCIAS	64

ÍNDICE DE FIGURAS

• Figura 01. Esquema metodológico	12	• Figura 24. Ubicación del proyecto	36
• Figura 02. Vista exterior C.C. Plaza Norte	14	• Figura 25. Extracto de plano de zonificación Municipal de Callao	36
• Figura 03. Vista interior C.C. Jockey Plaza	15	• Figura 26. Vista desde Av. Elmer Faucett hacia terreno elegido	36
• Figura 04. Vista exterior C.C. Camino Real	16	• Figura 27. Análisis de habitabilidad. Terreno seleccionado	37
• Figura 05. Vista interior C.C. Parque Toreo	17	• Figura 28. Delitos registrados por comisarías del Callao	37
• Figura 06. 1° Nivel C.C. Parque Toreo	18	• Figura 29. Análisis de actividad. Terreno seleccionado	38
• Figura 07. Corte transversal C.C. Parque Toreo	18	• Figura 30. Plano de expansión del Aeropuerto Jorge Chávez	38
• Figura 08. Un nuevo concepto de ciudad y comercio – Víctor Gruen	19	• Figura 31. Análisis de movilidad. Terreno seleccionado	39
• Figura 09. Comercio como generador de ciudad en Skarpnäck – Estocolmo	20	• Figura 32. Criterios de habitabilidad. Proyecto propio	41
• Figura 10. La vida en el mall	22	• Figura 33. Criterios de actividad. Proyecto propio	42
• Figura 11. Análisis de habitabilidad. C.C. Plaza Norte	25	• Figura 34. Criterios de movilidad. Proyecto propio	43
• Figura 12. Zona de estacionamientos del C.C. Plaza Norte	25	• Figura 35. Análisis de actividad. Proyecto propio	44
• Figura 13. Análisis de actividad. C.C. Plaza Norte	26	• Figura 36. Orientación solar del terreno seleccionado	44
• Figura 14. Zona exterior hacia la Av. Tomás Valle del C.C. Plaza norte	26	• Figura 37. Toma de partido	50
• Figura 15. Análisis de movilidad. C.C. Plaza Norte	27	• Figura 38. Toma de partido	50
• Figura 16. Análisis de habitabilidad C.C. Jockey Plaza	28	• Figura 39. Corte transversal isométrico del proyecto	51
• Figura 17. Zona exterior hacia la Panamericana Sur. C.C. Jockey Plaza	28	• Figura 40. Corte longitudinal isométrico del proyecto	51
• Figura 18. Análisis de actividad. C.C. Jockey Plaza	29	• Figura 41. Planta 1° Sótano	52
• Figura 19. Análisis de movilidad. C.C. Jockey Plaza	30	• Figura 42. Planta 2° Sótano	52
• Figura 20. Análisis de habitabilidad. C.C. Camino Real	31	• Figura 43. Planta 1° Nivel	53
• Figura 21. Vista exterior del C.C. Camino Real hacia Av. Camino Real	31	• Figura 44. Planta 2° Nivel	53
• Figura 22. Análisis de actividad. C.C. Camino Real	32	• Figura 45. Planta 3° Nivel	54
• Figura 23. Análisis de movilidad. C.C. Camino Real	33	• Figura 46. Planta 4° Nivel	54
		• Figura 47. Cortes	55
		• Figura 48. Elevaciones	56

ÍNDICE DE FIGURAS

• Figura 49. Detalle – Planta salas de exposición	57
• Figura 50. Detalle – Cortes salas de exposición	58
• Figura 51. Detalle – Módulo con jardín vertical	58
• Figura 52. Vista aérea desde la Av. Elmer Faucett	59
• Figura 53. Vista exterior 01 – Av. Elmer Faucett con Calle 4	60
• Figura 54. Vista exterior 02 – Calle 4	60
• Figura 55. Vista exterior 03 – Av. Elmer Faucett	60
• Figura 56. Vista exterior 04 – Av. Elmer Faucett	60
• Figura 57. Vista interior 01 – Salas de exposiciones	61
• Figura 58. Vista interior 02 – Zona de circulación vertical 3° Nivel	61
• Figura 59. Vista interior 03 – Zona central 2° Nivel	61
• Figura 60. Vista interior 04 – Patio de comidas hacia exterior	61

ÍNDICE DE TABLAS

• Tabla 01. Ficha técnica C.C. Plaza Norte	14
• Tabla 02. Ficha técnica C.C. Jockey Plaza	15
• Tabla 03. Ficha técnica C.C. Camino Real	16
• Tabla 04. Ficha técnica Parque Toreo	17
• Tabla 05. Programación arquitectónica	46
• Tabla 06. Dotación de estacionamientos mínimos	48

RESUMEN

El presente proyecto de tesis presenta como propuesta arquitectónica un Centro Comercial Cultural en el Cercado del Callao, provincia constitucional del Callao, provincia de Lima. Pertenece al área temática del diseño de la arquitectura comercial con la finalidad de ser un hito referencial para el sector donde este se emplaza. En la actualidad, la provincia carece de una correcta dotación de servicio comercial lo cual conlleva a problemas urbanos y sociales.

Se llevó a cabo un estudio de 3 centros comerciales ubicados en Lima Metropolitana para poder identificar variables de actividad urbana, movilidad vial y habitabilidad mediante una metodología cualitativa. Además, se analizó bases teóricas referidas al comercio como generador de ciudad y actividad poblacional. De esta manera, se logró abstraer lineamientos para el proyecto a presentar.

El conjunto de información brindada en la tesis puede ser tomada de manera referencial para el diseño y emplazamiento de centros comerciales según las necesidades urbana del entorno existente.

Palabras clave: Actividad urbana, comercio, habitabilidad
movilidad,

ABSTRACT

This thesis project presents as an architectural proposal a Cultural Shopping Center in the Cercado del Callao, constitutional province of Callao, province of Lima. It belongs to the thematic area of commercial architecture design with the purpose of being a landmark for the sector where it is located. At present, the province lacks a proper provision of commercial services, which leads to urban and social problems.

A study of 3 shopping centers located in Metropolitan Lima was carried out in order to identify variables of urban activity, road mobility and habitability through a qualitative methodology. In addition, theoretical bases were analyzed in reference to commerce as a generator of city and population activity. In this way, it was able to abstract guidelines for the project to be presented.

The set of information provided in the thesis can be taken as a reference for the design and location of shopping centers according to the urban needs of the existing place.

Keywords: Urban activity, retail, habitability, mobility

INTRODUCCIÓN

El equipamiento comercial cumple un rol importante en la ciudad generando dinamismo social, actividad urbana y económica.

La provincia constitucional de Callao presenta un déficit en la dotación comercial a lo largo de su territorio, por lo cual, según estudios presentados por la Municipalidad de Callao (2018) describe esta problemática de la siguiente manera: “la actividad comercial y los servicios se encuentran dispersas en la ciudad con diferentes niveles de concentración”(IMC, 2018).

Mediante el análisis de variables de habitabilidad, actividad y movilidad urbana que poseen 3 centros comerciales, se proporciona criterios y lineamientos de diseño para realizar la propuesta en el terreno seleccionado. El proyecto arquitectónico se desarrolla en la provincia constitucional de Callao, en el mercado del Callao, en la intersección de las avenidas Elmer Faucett y Canta Callao. La zona seleccionada presenta problemas de seguridad ciudadana, falta de flujo peatonal, actividad urbana, entre otros.

Ante el contexto actual, la presente tesis plantea un **Centro comercial cultural metropolitano en el Mercado del Callao** procurando contribuir a revitalizar la zona convirtiéndola en un nuevo hito dinamizador y referente para el sector. Además, aportar la consolidación comercial, cambio de percepción de la imagen y contexto urbano, contribuyendo a generar plusvalía del suelo.

CAPÍTULO I

GENERALIDADES

- 1.1. Tema*
- 1.2. Planteamiento del problema*
- 1.3. Objetivos*
- 1.4. Alcances y limitaciones*
- 1.5. Justificación del proyecto*
- 1.6. Viabilidad*
- 1.7. Metodología*

1.1. TEMA

El proyecto está circunscrito dentro del área temática del diseño de la arquitectura comercial teniendo como línea de investigación “Arquitectura y Contexto Urbano”, el cual contribuye al estudio y comprensión de la dinámica de los centros comerciales en el entorno donde este se sitúe.

Se desarrolla un proyecto arquitectónico denominado **CENTRO COMERCIAL CULTURAL METROPOLITANO EN EL CERCADO DE CALLAO** el cual está proyectado en la intersección de las avenidas Elmer Faucett y Canta Callao, perteneciendo a la provincia constitucional del Callao.

El objeto arquitectónico implica aspectos relacionados a variables sociales, urbanísticas y flujos de movilidad. Espacialmente, estará compuesto de equipamiento comercial, cultural y recreacional en beneficio de la población inmediata a la zona de estudio tomando en consideración el entorno y perfil urbano.

1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Acorde al estudio del Instituto Metropolitano de Planificación (IMP) en 2010 con proyección al año 2022, Callao presenta diferentes problemas territoriales y urbanísticos donde destaca primordialmente “que la actividad comercial resulta desarticulada y dispersa, predominando establecimientos de nivel vecinal y local”.

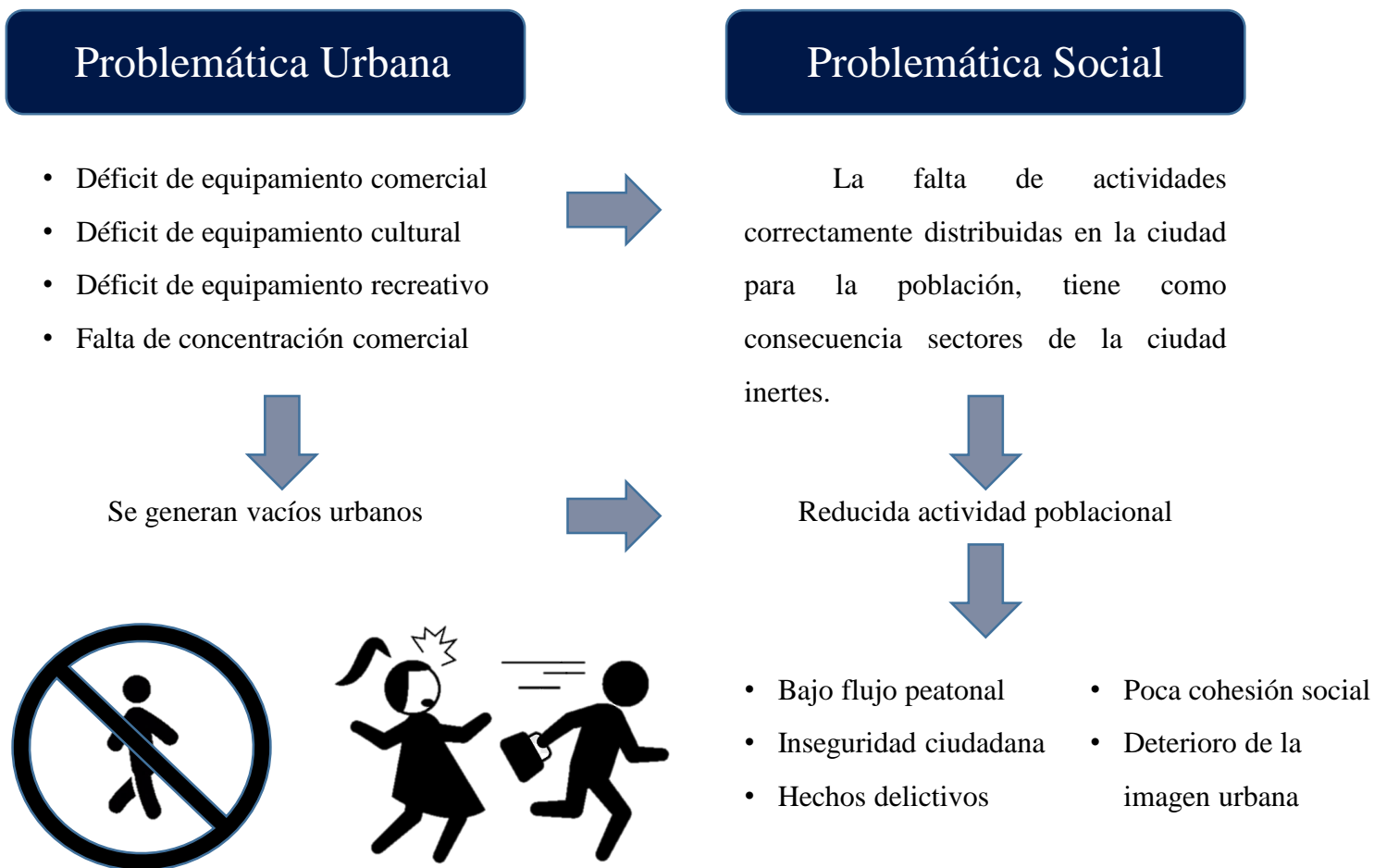
El IMP concluye que Callao presenta un déficit de espacios orientados a recreación pública propio de la falta de un adecuado plan de desarrollo urbano. La falta de planificación y crecimiento desordenado de la ciudad genera vacíos urbanos donde existe una falta de actividad e interacción social. De no considerar y tomar acciones con respecto a este problema a tiempo, es posible que ciertos espacios de la ciudad se vuelvan inertes.

La provincia constitucional del Callao se encuentra en constante desarrollo y crecimiento poblacional. Según la INEI, se estima una población de 994 mil 494 habitantes con factor de crecimiento poblacional de 1.3% (INEI, 2018).

El problema se plantea como consecuencia de la falta de planificación territorial, el crecimiento urbano caótico en Callao y la carencia de equipamiento comercial para los usuarios que anualmente va en aumento. El proyecto se desarrolla en un sector donde se hace presente los problemas antes mencionados con la finalidad de generar un impacto positivo en el medio.

1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Para una mejor comprensión de la problemática actual, se clasificará en 2 aspectos.



1.3. OBJETIVOS

1.3.1. OBJETIVO GENERAL

Desarrollar el proyecto arquitectónico de un Centro Comercial Cultural Metropolitano en el Cercado del Callao para la regeneración urbana y dotación adecuada de equipamiento en Callao en beneficio de la población.

1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1

Conocer la problemática actual de la zona propuesta a estudiar con la finalidad de proponer un proyecto arquitectónico adecuado para el lugar.

2

Estudiar el impacto que tendrá el proyecto a futuro desde la perspectiva urbana y social, ya que resulta importante conocer las necesidades de la población y cómo estas van evolucionando con el transcurrir del tiempo.

3

Analizar 3 centros comerciales en Lima Metropolitana con la finalidad de comprender la dinámica que estos poseen con el entorno inmediato bajo criterios de habitabilidad, actividad urbana y movilidad.

HABITABILIDAD

- Localización.
- Evolución del uso del suelo.
- Uso de espacios para el usuario

ACTIVIDAD URBANA

- Complementariedad de actividades.
- Interacción de espacios de estancia y transición.
- Adaptación y capacidad de influencia al entorno.

MOVILIDAD

- Comprender flujos e interacciones tanto peatonales y vehiculares

1.4. ALCANCES Y LIMITACIONES

1.4.1. ALCANCES

- El presente estudio analiza y comprende las necesidades urbanas de la zona seleccionada y su entorno inmediato por medio de criterios de habitabilidad, actividad urbana y movilidad, con la finalidad de proponer un proyecto arquitectónico que contribuya a satisfacer los problemas urbanos, sociales y económicos que este posea. Además, de contribuir mediante lineamientos y criterios de diseño al diseño de futuros centros comerciales.

- Se realiza la investigación con la finalidad de desarrollar un proyecto arquitectónico, incluyendo pre-anteproyecto y ante-proyecto en escala 1/250, desarrollo de un sector en escala 1/100, detalles de un espacio en escala 1/50 con detalles constructivos. Además se proporcionará planimetría a nivel general en escala 1/250 correspondiente a las especialidades de instalaciones eléctricas, instalaciones sanitarias y estructuras.

1.4.2. LIMITACIONES

- Los datos urbanísticos varían constantemente ya que estas las variables de la ciudad están sujetas a aspectos sociales, económicas, políticas, entre otras. Por lo cual, es necesario actualizar constantemente los datos estadísticos y estudios de desarrollo de planes urbanos para conocer la problemática que se suscite en dicho momento.

- La coyuntura actual del COVID-19 dificulta observar la verdadera interacción social que tiene el lugar de estudio debido a las restricciones sociales dispuestas por autoridades. Además, los centros comerciales a estudiar, poseen aforo y actividades reducidas. Por lo cual, los datos a utilizar deben ser tomados de manera referencial.

- Debido que el terreno a estudiar es de propiedad privada y se encuentra abandonado, dificulta la obtención de imágenes del terreno y la visita al mismo, por lo cual se procederá a usar imágenes correspondientes de google earth y google maps.

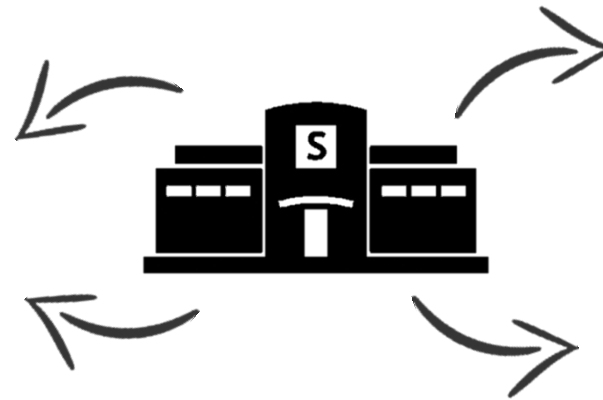
1.5. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

El presente estudio analiza la problemática de habitabilidad, actividad urbana y movilidad en el cruce de las avenidas Elmer Faucett y Canta Callao, con el propósito de plantear un proyecto viable que contribuya a resolver la problemática de la zona estudiada. Por lo cual, como investigación aporta lo siguiente:

Crterios y lineamientos en cuanto al diseño de futuros centros comerciales en la región.



Propuesta de cómo un elemento arquitectónico es capaz de aportar en el entorno urbano que lo rodea y la manera que ayuda el mismo a consolidar un sector de la ciudad con baja calidad urbana.



1.6. VIABILIDAD



SOCIAL

- La población inmediata no cuenta con espacios adecuados para la interacción social. El usuario, dependiendo de donde esté localizado dentro del Callao, debe recorrer grandes distancias para el uso de actividades comerciales y culturales. Las autoridades deben promocionar proyectos con espacios de calidad para el desarrollo de actividades.



ECONÓMICA

- El terreno seleccionado resulta económicamente factible ya que esta propiedad puede ser adquirida previo acuerdo con el propietario de los lotes; y realizar la inversión pertinente para el proyecto en favor del usuario y el sector.



LEGAL

- De acuerdo al plano de zonificación dispuesto por la Municipalidad del Callao, el terreno cuenta con los permisos para poder desarrollar un proyecto arquitectónico de tipo comercial metropolitano (CM).

1.6. VIABILIDAD



URBANÍSTICA

- Debido a la falta de planificación del territorio, proyectos comerciales y culturales no están al alcance de toda la población, por lo cual existen vacíos urbanos de estas actividades en algunos sectores.
- Según LAP Negocios y Proyectos (2021) existen proyectos en ejecución como la expansión del aeropuerto Jorge Chávez lo cual contribuiría al cambio de imagen urbana y plusvalía del suelo, fomentando una renovación de actividades del sector..



*MEDIO
AMBIENTAL*

- El proyecto propuesto aporta criterios de sostenibilidad con la finalidad que cause el menor impacto en el medio ambiente minimizando la huella de carbono del mismo.
- Pone en práctica sistema pasivos de climatización como:
 - Control de radiación mediante celosías en los muros y techos para evitar la incidencia solar directa y prolongada sobre el usuario.
 - Ventilación natural a través de espacios de gran altura donde se da ventilación cruzada a través de una amplia zona central.
 - Uso de vegetación como captador de humedad, bajo consumo de agua y mejora de calidad del aire

1.7. METODOLOGÍA

1.7.1. TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

La recopilación de la información será de enfoque **cualitativo**. Se realizará mediante:

- Recopilación de datos poblacionales de la INEI y PDU del Callao
- Recopilación de planos y esquemas de los centros comerciales a estudiar
- Análisis de las interacciones de los centros comerciales con el entorno para percibir y analizar el dinamismo que posee.
- Mediante la comparación estadística identificar factores de habitabilidad, actividad y movilidad urbana.

1.7.2. PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

Se deriva a procesar la información para poder llegar a conclusiones que sean relevantes para la propuesta. Se emplea el método inductivo y comparativo.

1

Generalidades y recolección de la información: Definir la problemática, factibilidad, objetivos y alcances.

2

Procesamiento de la información: Evaluación de la información recolectada, análisis y comparación. Conocer las necesidades del usuario para brindar una propuesta adecuada al sector estudiado.

3

Diagnóstico y conclusiones: Diagnóstico de la información y conclusiones para realizar la propuesta arquitectónica.

4

Propuesta arquitectónica: Proyectar de acuerdo a las necesidades del usuario y sector. Desarrollo de la respectiva planimetría de las diferentes especialidades.

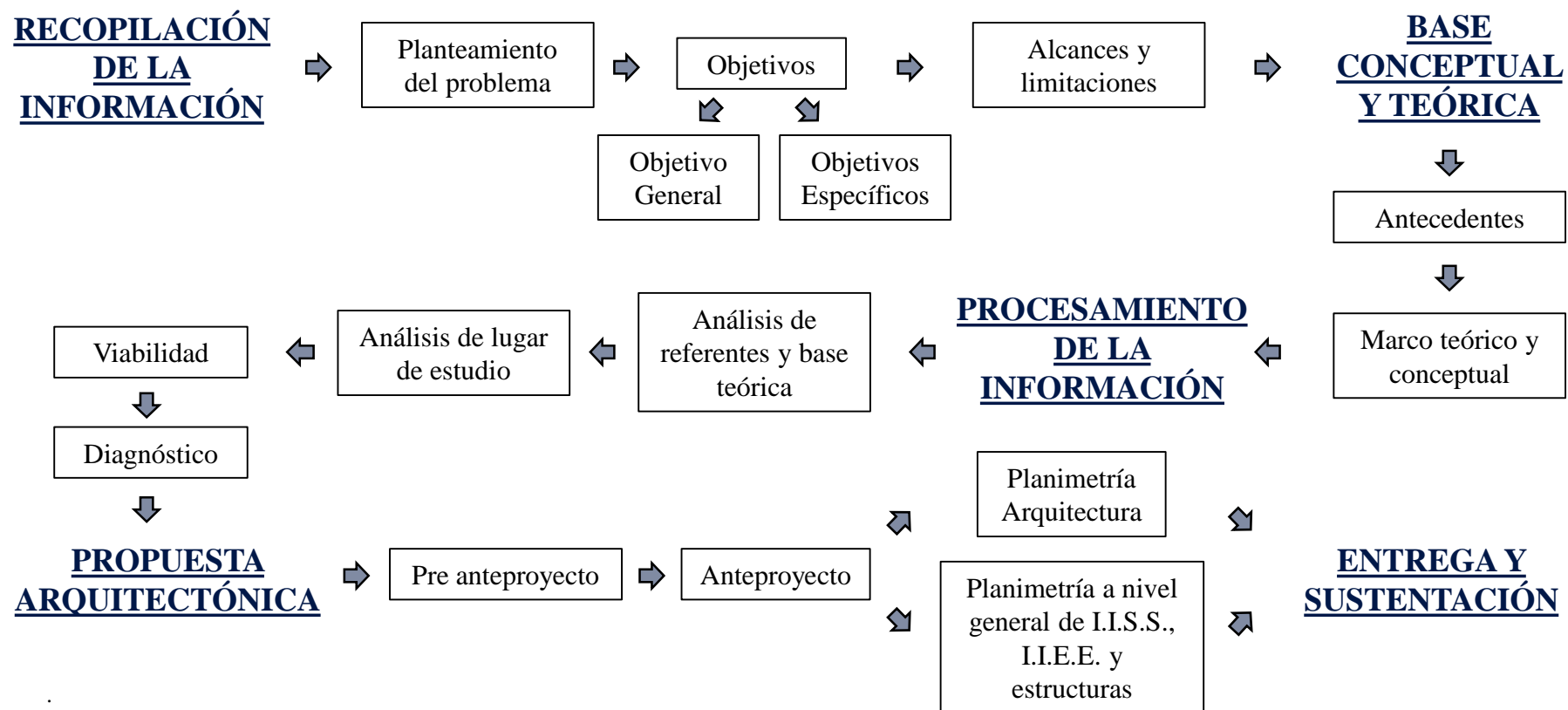
1.7. METODOLOGÍA

1.7.3. ESQUEMA METODOLÓGICO

Figura 01.

Esquema metodológico.

Centro comercial cultural metropolitano en el Cercado del Callao



Fuente: Elaboración propia

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes referentes al tema de investigación

2.2. Base Teórica

2.3 Base Conceptual

2.1. ANTECEDENTES REFERENTES AL TEMA DE INVESTIGACIÓN

2.1.1. ANTECEDENTES NACIONALES

CENTRO COMERCIAL PLAZA NORTE

Gracias a la complementariedad de actividades que este centro comercial posee, ha sido posible que desempeñe un rol de regenerador social y urbano de las zonas adyacentes con el paso de los años.

Ofrece espacios de cohesión social y cultural gracias a espacios de usos múltiples y auditorio.

Tabla 01.

Ficha técnica C.C. Plaza Norte

Ficha Técnica	
Ubicación	Intersección Panamericana Norte – Tomás Valle – Túpac Amaru
Corporación	E. Wong
Uso	Centro comercial - Recreativo
Área Terreno	159 136 m ²
Área Construida	200 000 m ² (Área arrendable)
Año Apertura	2009

Fuente: Elaboración propia. Datos recopilados de [www. peru-retail.com](http://www.peru-retail.com)

Figura 02.

Vista exterior C.C. Plaza Norte



Fuente: www.peru-retail.com Consultado: Enero 2022

2.1. ANTECEDENTES REFERENTES AL TEMA DE INVESTIGACIÓN

2.1.1. ANTECEDENTES NACIONALES

CENTRO COMERCIAL JOCKEY PLAZA

Considerado uno de los centros comerciales más grandes de Lima Metropolitana que actualmente genera la mayor cantidad de ingresos en la ciudad. Destaca por tener espacios de estancia y transición donde la población tiene la posibilidad de desarrollar actividades que se van adaptando según demanda de la misma.

Tabla 02.

Ficha técnica C.C. Jockey Plaza

Ficha Técnica	
Ubicación	Santiago de Surco, Lima
Proyecto Arquitectónico	Centros Comerciales del Perú S.A. – José Orrego Herrera
Uso	Centro comercial
Área Terreno	174 800 m ²
Área Construida	163 000 m ² (Área arrendable)
Año Apertura	1997

Fuente: Elaboración propia. Datos recopilados de [www. peru-retail.com](http://www.peru-retail.com)

Figura 03.

Vista interior C.C. Jockey Plaza



Fuente: www.peru-retail.com Consultado: Enero 2022

2.1. ANTECEDENTES REFERENTES AL TEMA DE INVESTIGACIÓN

2.1.1. ANTECEDENTES NACIONALES

CENTRO COMERCIAL CAMINO REAL

Destaca por la adaptación que ha tenido a través de los años ya que hasta la actualidad sigue vigente con la capacidad de seguir atrayendo a cierto público. Este centro comercial ha presentado ciertas deficiencias administrativas que en ocasiones no están ligadas directamente al aspecto urbano. A pesar de esta problemática descrita, es posible valorar y rescatar el impacto urbano.

Tabla 03.

Ficha técnica C.C. Camino Real

Ficha Técnica	
Ubicación	San Isidro, Lima
Proyecto Arquitectónico	Daniel Arana
Uso	Centro comercial empresarial
Área Terreno	32 075 m ²
Área Construida	35 000 m ² (Centro comercial)
Año Apertura	1980

Fuente: Elaboración propia. Datos recopilados de [www. peru-retail.com](http://www.peru-retail.com)

Figura 04.

Vista exterior C.C. Camino Real



Fuente: www.peru-retail.com Consultado: Enero 2022

2.1. ANTECEDENTES REFERENTES AL TEMA DE INVESTIGACIÓN

2.1.2. ANTECEDENTE INTERNACIONAL

CENTRO COMERCIAL PARQUE TOREO

Destaca la funcionalidad y relación interior-exterior donde la población realiza actividades. Permite tener espacios de estancia y transición donde se da una constante cohesión social.

Los espacios del primer nivel usando una escala adecuada invitan al usuario a entrar al proyecto.

Tabla 04.

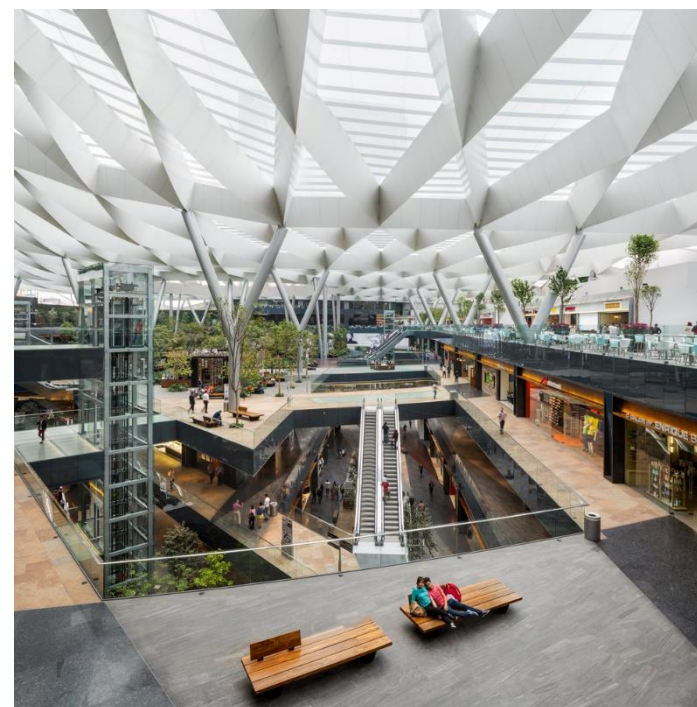
Ficha técnica C.C. Parque Toreo

Ficha Técnica	
Ubicación	Naucalpan, México
Proyecto Arquitectónico	Sordo Madaleno Arquitectos
Uso	Centro comercial corporativo
Área Terreno	54 753.60 m ²
Área Construida	440 580 m ²
Año Apertura	2014

Fuente: Elaboración propia. Datos recopilados de www.archdaily.pe

Figura 05.

Vista interior C.C. Parque Toreo



Fuente: www.archdaily.pe. Consultado: Enero 2022

2.1. ANTECEDENTES REFERENTES AL TEMA DE INVESTIGACIÓN

2.1.2. ANTECEDENTE INTERNACIONAL

El C.C. Parque Toreo cuenta con dos tiendas anclas ubicadas en cada extremo creando espacios públicos y tiendas de menor magnitud en el recorrido de las mismas.

Además del uso comercial, presenta uso recreativo y empresarial. Este último se encuentra nucleado en una torre de gran altura que destaca sobre el resto del edificio.

Figura 06.

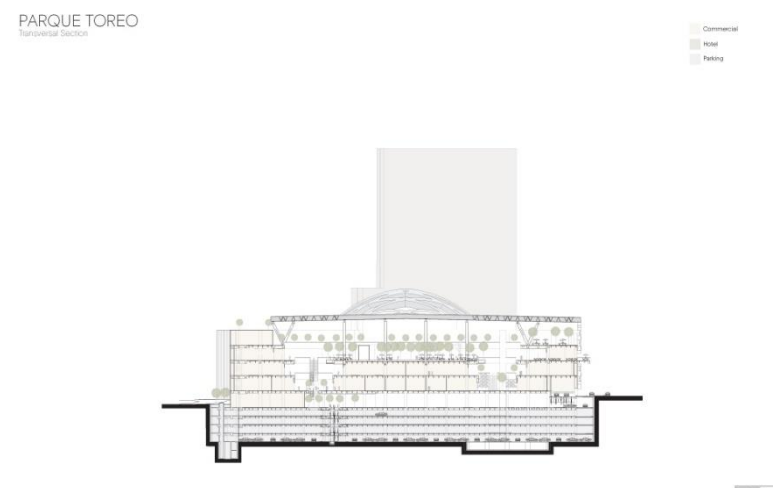
1° Nivel C.C. Parque Toreo.



Fuente: www.archdaily.pe. Consultado: Enero 2022

Figura 07.

Corte transversal C.C. Parque Toreo.



Fuente: www.archdaily.pe. Consultado: Enero 2022

Interiormente, destaca el patio de comidas de doble altura y luz cenital, junto a zonas de descanso en la zona central del proyecto. Se logra apreciar el juego de alturas y terrazas interiores en el recorrido creando espacios de estancia.

2.2. BASE TEÓRICA

2.2.1. VICTOR GRUEN – EL CENTRO COMERCIAL ES MÁS QUE UN LUGAR PARA IR A HACER COMPRAS

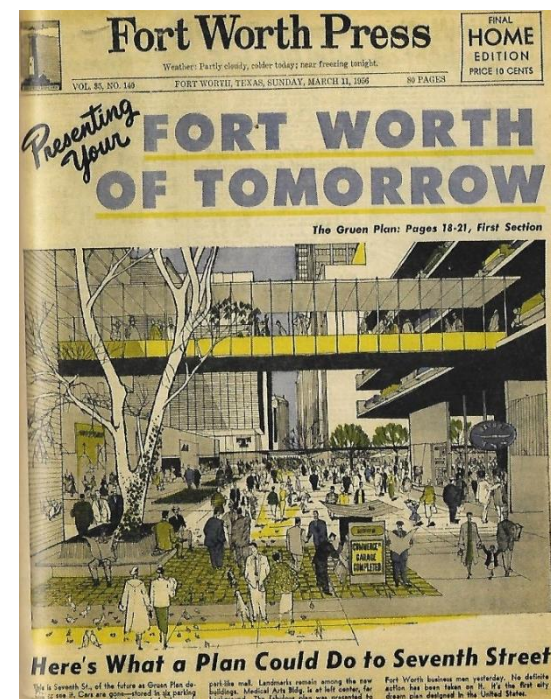
VICTOR GRUEN – EL CENTRO COMERCIAL ES MÁS QUE UN LUGAR PARA IR A HACER COMPRAS

Wall (2005) menciona que Gruen observó el comercio como uno de los elementos principales de la renovación urbana ya que el atractivo que ofrecía una actividad comercial para la población, podría cambiar de percepción de los suburbios y así crear nuevos espacios públicos, por lo tanto, entendió a los espacios comerciales como lugares de intercambio y comunicación entre la economía y la sociedad.

“El centro comercial debería llegar a convertirse en más que sólo un lugar donde las personas pueden ir a comprar, debería estar relacionado con todas las actividades de enriquecimiento cultural y relajación; teatro, música y lugares de exhibición” (Victor Gruen: From urban shop to New City. Wall, A, 2005, p.71)

Figura 08

Un nuevo concepto de ciudad y comercio – Víctor Gruen.



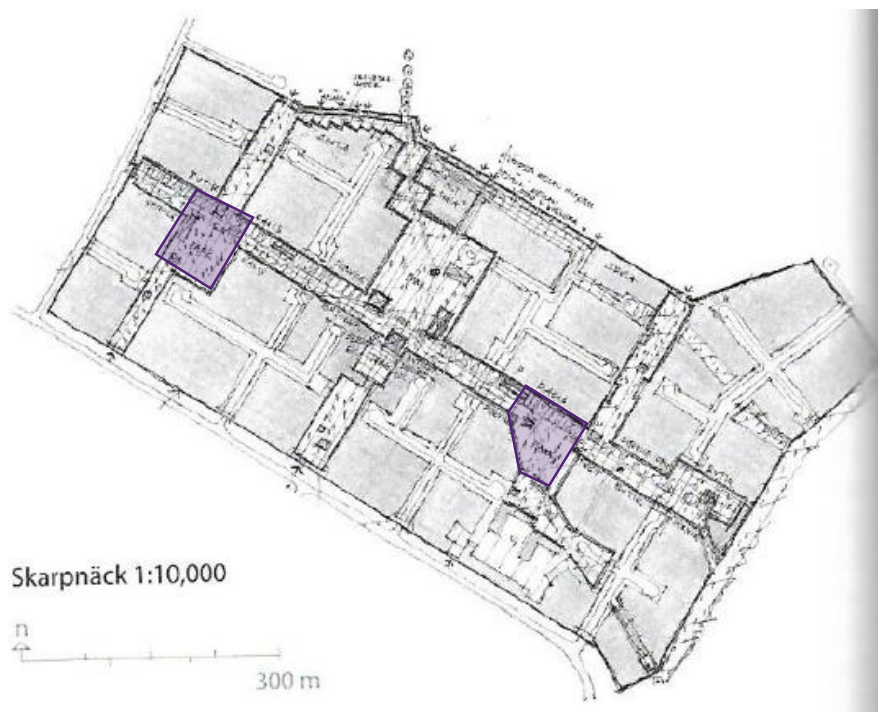
Fuente: From urban shop to New City (2005)

2.2. BASE TEÓRICA

2.2.2. JAN GEHL – EL COMERCIO COMO GENERADOR DE CIUDAD Y ACTIVIDAD URBANA

Figura 09

Comercio como generador de ciudad en Skarpnäck – Estocolmo



Nota. Se indica de color morado los puntos comerciales. Fuente: Ciudades para la gente (2010).

JAN GEHL – EL COMERCIO COMO GENERADOR DE CIUDAD Y ACTIVIDAD URBANA

Al formarse la ciudad, se debe generar vida dentro de ella, la cual solo se consigue cuando el espacio es enriquecedor y las personas realizan actividades dentro de él. Prueba de ello es cómo diferentes sectores en distintas ciudades han generado un valor agregado al entorno gracias al comercio. En la figura 09, Jan Gehl (2010) describe como un sector de la ciudad de Skarpnäck (Estocolmo) generó mayor actividad urbana gracias a dos plazas comerciales al aire libre. El recorrido generado entre dichos espacios se llenó de espacios de estancia y transición para el disfrute del usuario; y al mismo tiempo fomentando mayor calidad urbana.

2.2. BASE TEÓRICA

2.2.2. JAN GEHL – EL COMERCIO COMO GENERADOR DE CIUDAD Y ACTIVIDAD URBANA

“... La historia del desarrollo urbano es indicativa y nos muestra cómo los poblados más antiguos se constituían alrededor de caminos, senderos y lugares de mercado. Los comerciantes establecían sus puestos de venta e intercambio a lo largo de los caminos más transitados, para así poder ofrecer sus productos a los peatones que circulaban por ahí. Con el correr del tiempo, surgieron edificios más duraderos que reemplazaron a las carpas y se constituyeron los poblados, las casas, los senderos y las plazas crecían de modo gradual. Los caminos originales y los puestos de mercado, que dieron origen al desarrollo urbano, han dejado sus marcas han dejado sus marcas en numerosas ciudades contemporáneas. Estas urbes antiguas y orgánicas nos revelan cómo fue el proceso de erección de estructuras urbanas con un foco en el paisaje humano, comenzando a la altura del ojo y luego evolucionando hacia conjuntos más complejos.”

(Ciudades para la gente. Gehl, Jan, 2010, p.199).

Una correcta ubicación y planificación territorial del sector comercial en un sector de la ciudad contribuye significativamente a brindar mayor actividad a la misma, esto trae como consecuencia zonas más transitadas con un valor agregado mas que una espacio de paso sin importancia.

2.2. BASE TEÓRICA

2.2.3. JAN GEHL – IMPORTANCIA DEL NIVEL USUARIO

JAN GEHL – IMPORTANCIA DEL NIVEL USUARIO

Jan Gehl (2010) destaca la importancia que tiene el peatón ante la arquitectura y la calidad de espacio que se le brinda al mismo. Además, hace énfasis en el diseño del primer nivel que es el espacio inmediato al alcance del usuario. Resulta importante brindar espacios donde se realicen actividades y haya constante cohesión social, pues es en ese nivel usuario donde realmente se suscita dicha interacción y actividad peatonal.

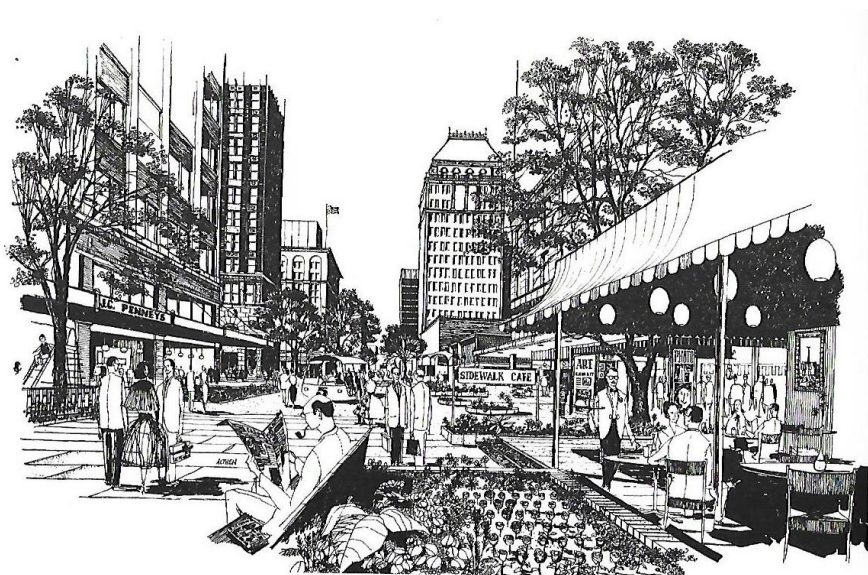
“La demanda por mejores ciudades a la altura de los ojos, con edificios más altos al tope de todo, necesita redescubrir la arquitectura de la planta baja como disciplina específica.

... Crear plantas bajas atractivas que puedan destacarse más que los pisos superiores”

(Ciudades para la gente. Gehl, Jan, 2010, p.206).

Figura 10

La vida en el mall.



Fuente: From urban shop to New City (2005),

2.3. BASE CONCEPTUAL

- **Actividad urbana:** Criterios con respecto a la complementariedad de actividades y uso de suelo propuesto acorde a las necesidades de la población. Además, de la dinámica interior – exterior con el entorno y la propuesta de espacios de estancia y transición.
- **Centro Comercial:** Según el RNE (2021), un centro comercial es un conjunto de locales comerciales que están integrados en un edificio o complejos de edificios, bajo un proyecto planificado y desarrollado con criterio de unidad, donde se realizan actividades diversas de consumo de bienes y servicios de forma empresarialmente independiente también cuenta con bienes y servicios comunes.
- **Equipamiento cultural:** Referido al conjunto de espacios donde se fomenta actividades culturales que ayuden a la cohesión social e intercambio de ideas.
- **Habitabilidad:** Criterios correspondientes a la localización, el impacto, evolución del uso del suelo aledaño y el tipo de usuario al que está dirigido el proyecto.
- **Movilidad urbana:** Información relacionada a flujos de accesibilidad peatonal y vehicular que posee el proyecto y cuál es la capacidad de adaptación con respecto a nuevos sistemas de movilidad.
- **Vacío Urbano:** Ciertas área de la ciudad que debido a factores sociales, económicos, urbanos, entre otros; llega a deteriorarse generando poca actividad urbana en dicho lugar.

CAPÍTULO III

ANÁLISIS DE CENTROS COMERCIALES

3.1. Análisis de centros comerciales en Lima Metropolitana

3.2. Lineamientos de centros comerciales

3.1. ANÁLISIS DE CENTROS COMERCIALES EN LIMA METROPOLITANA

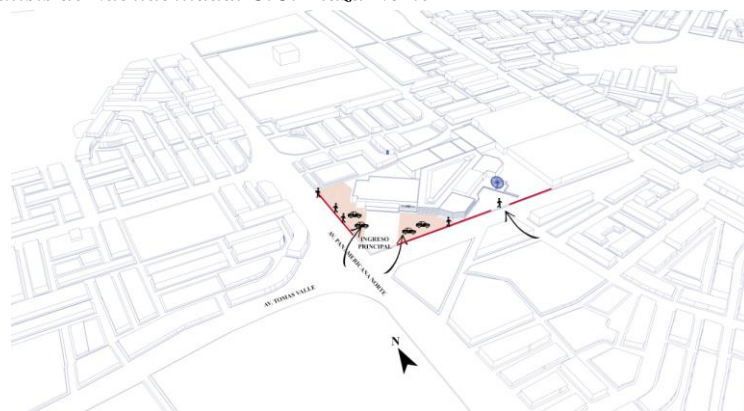
3.1.1. C.C. PLAZA NORTE

HABITABILIDAD

- En el año 2006 inició en proyecto del centro comercial con la finalidad de dotar de equipamiento comercial al usuario. En el año 2009 se realiza la inauguración del C.C. y la zona comienza a tener una nueva imagen del sector. (Orrego, 2010)
- El centro comercial dispone de usos de tipo comercial, cultural y recreacional.
- Los estacionamientos se localizan en el ingreso principal del primer nivel desaprovechando la amplia entrada que este posee con autos. En ocasiones, estos estacionamientos son restringidos para realizar zonas gastronómicas o de juegos.
- Por razones de seguridad, se establece una reja perimetral (representado en la figura 11 de color rojo) delimitando el terreno del centro comercial, lo cual no hace tan ameno el ingreso ni la interacción del usuario con el mismo.

Figura 11

Análisis de habitabilidad. C.C. Plaza Norte



Fuente: Elaboración propia

Figura 12

Zona de estacionamientos del C.C. Plaza Norte



Fuente: <https://www.google.com/maps>. Consultado Enero 2022

3.1. ANÁLISIS DE CENTROS COMERCIALES EN LIMA METROPOLITANA

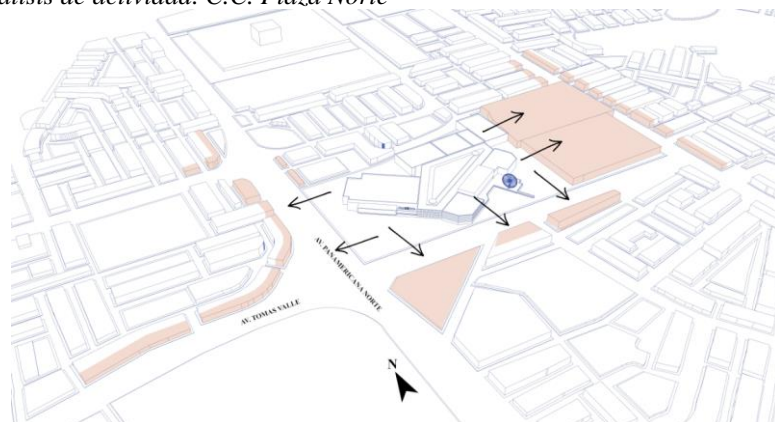
3.1.1. C.C. PLAZA NORTE

ACTIVIDAD

- El centro comercial ha permitido y fomentado la complementariedad externa de usos. Se pueden encontrar en los alrededores restaurantes, entidades financieras, consultorios médicos, un terminal de transporte el cual tiene conexión directa, entre otros.
- Se crean espacios de transición en el exterior que se ven delimitados por el cerco perimetral antes mencionado. Los límites perimetrales hace que el peatón camine con menos frecuencia por los exteriores, esto puede ocasionar en cierta manera poca seguridad en el transeúnte, el cual acompañado de falta de actividades y precaria iluminación, no querer recorrer dichos lugares
- Se encuentra en constante adaptación de actividades acorde a preferencias del usuario que hace que este siga concurriendo el centro comercial.

Figura 13

Análisis de actividad. C.C. Plaza Norte



Fuente: Elaboración propia

Figura 14

Zona exterior hacia la Av. Tomás Valle del C.C. Plaza Norte



Fuente: <https://www.google.com/maps>. Consultado Enero 2022

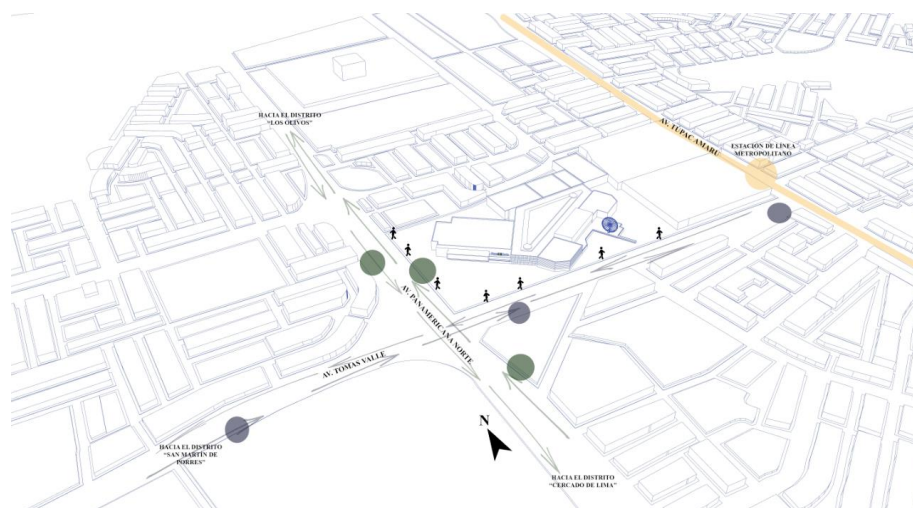
3.1. ANÁLISIS DE CENTROS COMERCIALES EN LIMA METROPOLITANA

3.1.1. C.C. PLAZA NORTE

MOVILIDAD

- Se ubica en la intersección de dos avenidas con gran jerarquía. Esto facilita la llegada de usuarios desde sectores no necesariamente anexos a este.
- Con respecto al transporte público, en la figura 15 de color verde se ubican los paraderos cercanos desde la Av. Panamericana Norte, y de color azul los paraderos en la avenida Tomás Valle. Además, cuenta con la cercanía de la línea del Metropolitano.
- Los estacionamientos de uso privado se encuentran en el primer nivel. Es posible considerarlos en un sótano u otro espacio para liberar zonas destinadas para el usuario. Esto conlleva a una mayor inversión en la proyección de sótanos para ubicarlos mas debe ser previsto en la concepción del proyecto.

Figura 15
Análisis de movilidad. C.C. Plaza Norte



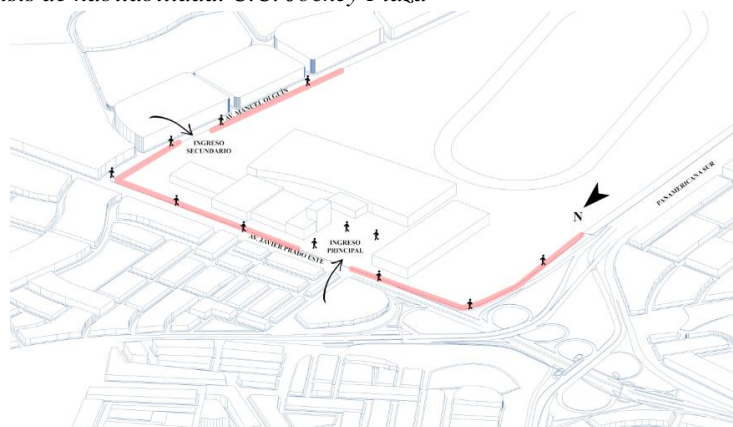
Fuente: Elaboración propia

3.1. ANÁLISIS DE CENTROS COMERCIALES EN LIMA METROPOLITANA

3.1.2. C.C. JOCKEY PLAZA

Figura 16

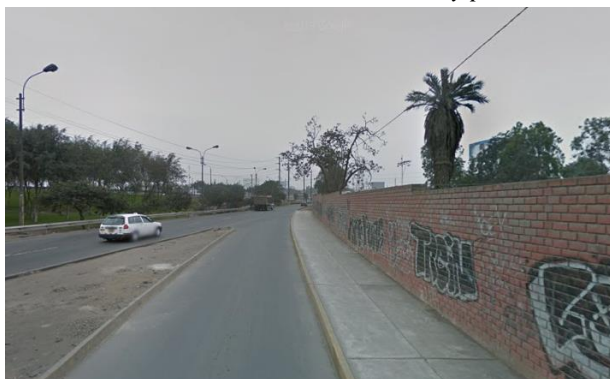
Análisis de habitabilidad. C.C. Jockey Plaza



Fuente: Elaboración propia

Figura 17

Zona exterior hacia la Panamericana Sur. C.C. Jockey plaza



Fuente: <https://www.google.com/maps>. Consultado Enero 2022

HABITABILIDAD

- Apertura en el año 1997 y se ha ido ampliando con el paso de los años incluyendo diferentes actividades hasta la actualidad.
- Con el transcurrir del tiempo, este centro comercial se ha convertido en un referente comercial a nivel Lima Metropolitana.
- La amplia extensión del centro comercial obliga en cierta manera a delimitarlo por cuestiones seguridad, es en este punto cuando surgen cercos perimetrales. Estos se convierten en un problema al momento que el peatón camina por ellos ya que la falta de actividades tiene como consecuencia zonas vacías que pueden prestarse a hechos delictivos. En la figura 17 se observa el muro perimetral a lado de la pista auxiliar donde existe una nula actividad.

3.1. ANÁLISIS DE CENTROS COMERCIALES EN LIMA METROPOLITANA

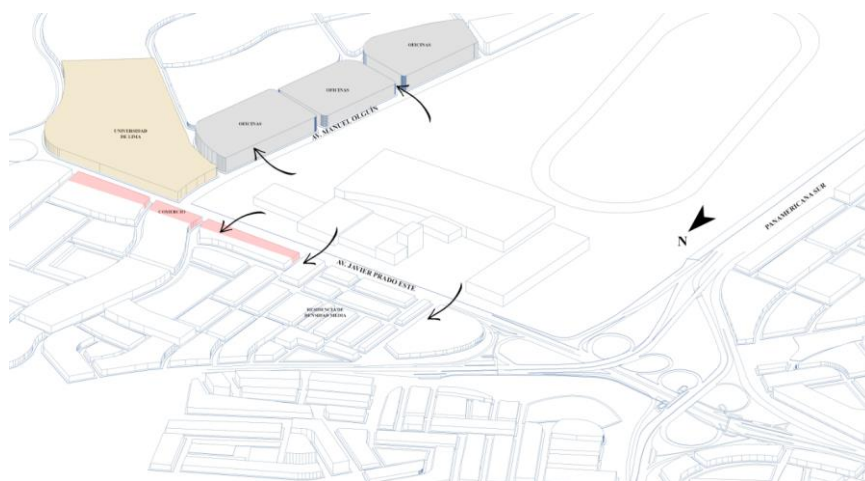
3.1.2. C.C. JOCKEY PLAZA

ACTIVIDAD

- Diversificación interior de actividades entre comerciales, culturales y recreativas.
- Baja interacción interior-exterior con el entorno inmediato.
- Este centro comercial es considerado un hito comercial en el sector donde se pueden realizar distintas actividades de estancia y transición.
- Estacionamientos ubicados en el ingreso principal e integrados en un sector
- Constantemente actualiza sus cronogramas de actividades para el usuario con la finalidad de brindar una gama de eventos apto para todo público
- El peatón al recorrer exteriormente el centro comercial no encuentra lugares de estancia, solo las entradas de acceso al C.C.

Figura 18

Análisis de actividad. C.C. Jockey Plaza



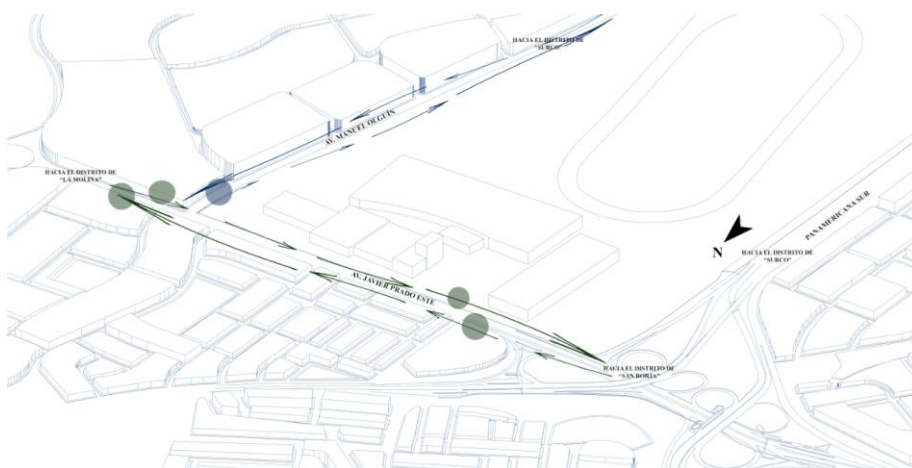
Fuente: Elaboración propia

3.1. ANÁLISIS DE CENTROS COMERCIALES EN LIMA METROPOLITANA

3.1.2. C.C. JOCKEY PLAZA

Figura 19

Análisis de movilidad. C.C. Jockey Plaza



Fuente: Elaboración propia

MOVILIDAD

- Ubicada en avenidas principales de fácil acceso al público desde múltiples distritos.
- Existen múltiples líneas de transporte público que favorece la llegada del usuario. En la figura 19, representados de color verde se aprecian los paraderos inmediatos al centro comercial hacia la Av. Javier Prado Este. Resalta como medio de transporte público la línea del “Corredor rojo” que conecta varios distritos de Lima Metropolitana. Por otro lado, de color azul los paraderos cercanos hacia la Av. Manuel Olgúin.

3.1. ANÁLISIS DE CENTROS COMERCIALES EN LIMA METROPOLITANA

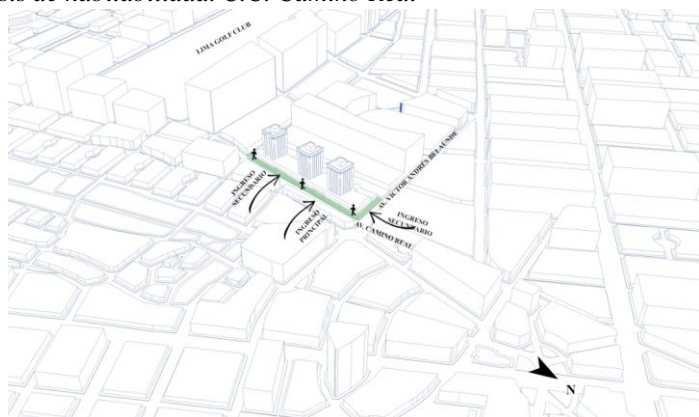
3.1.3. C.C. CAMINO REAL

HABITABILIDAD

- Catalogado como uno de los primeros centro comerciales en Lima con apertura en 1980. En los inicios fue una novedad para la población, mas con el paso de los años por cuestiones administrativas y de gestión, ha perdido el potencial comercial. Según Vega (2019) en una entrevista con el Grupo Centenario, se estaría gestionando con los dueños de los locales comerciales para poder impulsar un nuevo proyecto y revitalizar el centro comercial. El proyecto estima la reactivación para el 2023.
- Destaca la escala agradable al nivel usuario invitando al peatón a entrar al C.C. gracias al retiro hacia las avenidas aledañas y juego de alturas del proyecto.
- Se aprovecha espacios tanto interiores como exteriores a servicio del usuario con tiendas sirviendo directamente hacia el exterior, generando mayor cohesión social en el primer nivel.

Figura 20

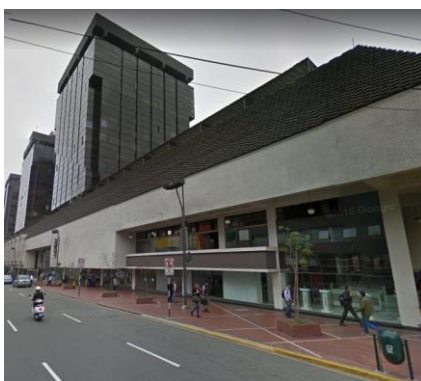
Análisis de habitabilidad. C.C. Camino Real



Fuente: Elaboración propia

Figura 21

Vista exterior del C.C. Camino Real hacia Av. Camino Real



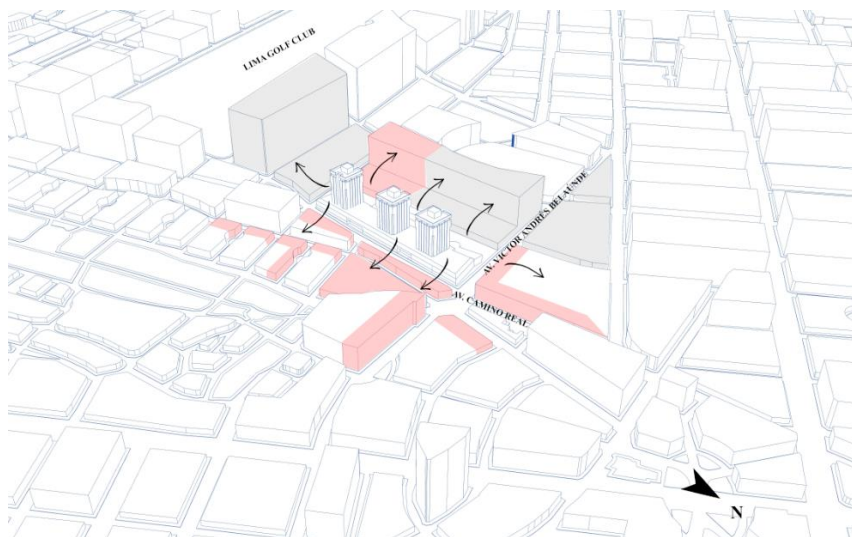
Fuente: <https://www.google.com/maps>. Consultado Enero 2022

3.1. ANÁLISIS DE CENTROS COMERCIALES EN LIMA METROPOLITANA

3.1.3. C.C. CAMINO REAL

ACTIVIDAD

Figura 22
Análisis de actividad. C.C. Camino Real



Fuente: Elaboración propia

- El proyecto destaca por generar actividad comercial que se desarrolla en los primeros niveles, y por las 3 torres de oficina. Una problemática es que debido a la actual baja afluencia de usuario al C.C. se crea un vacío urbano ya que su afluencia está relacionada con el ingreso y salida de los trabajadores.
- La relación interior-externo con el usuario resulta interesante y agradable al mismo gracias a la presencia del área tratada en la Av. Camino Real.
- Este centro comercial en sus inicios fue un hito para el sector lo cual llamó la atención de distintos inversores, lo cual fomentó una percepción comercial – empresarial que hasta la actualidad se mantiene. En la figura 22 podemos observar representado de color rojo el comercio presente en la zona por medio de restaurantes, hoteles y tiendas de variedad; y de color gris edificios destinados al sector de oficinas.

3.1. ANÁLISIS DE CENTROS COMERCIALES EN LIMA METROPOLITANA

3.1.3. C.C. CAMINO REAL

MOVILIDAD

Figura 23

Análisis de movilidad. C.C. Camino Real



Nota. De color verde los paraderos de transporte público en la Av. Camino Real. Fuente: Elaboración propia

- El centro comercial da hacia la Av. Camino Real como vía principal. El servicio de transporte público que recorre por estas avenidas se reducen a 2-3 líneas que tienen como ruta de servicio estos paraderos, por lo cual resulta reducida la fácil accesibilidad para distintos usuarios, tomando como prioridad el acceso mediante vehículos privados.
- La proyección de un espacio de transición tratado y pequeños espacios de estancia enriquece la experiencia del usuario y aporta a la ciudad a ser algo más que un sitio a hacer compras, sino a un lugar de cohesión social.
- Estacionamientos ubicados en pisos superiores (3°, 4° y 5° nivel) que no interfieren con espacios destinados al peatón

3.2. LINEAMIENTOS DE CENTROS COMERCIALES

HABITABILIDAD

- Brindar al usuario una escala adecuada a nivel de la vista.
- Considerar la relación interior-exterior del centro comercial con el usuario, teniendo a este como prioridad al momento de proyectar espacios.
- Aprovechar frentes principales para la dotación de espacios para el usuario.

ACTIVIDAD

- Fomentar la complementariedad de actividades. El centro comercial debe incentivar la cohesión social por medio de actividades culturales y recreativas que cumplan una doble función: ser atractivo para el usuario y rentable para el centro comercial.
- La dinámica entre espacios de estancia y transición genera actividades que estimula al peatón a quedarse y transitar en ellos.
- Adaptabilidad acorde al usuario y las necesidades a través de los años para continuar produciendo un valor agregado al C.C.

MOVILIDAD

- Ubicación adecuada de tal manera que esté próximo a avenidas que incluya el transporte público como primera variable de llegada al centro comercial.
- Accesibilidad peatonal mediante la integración del peatón con el proyecto por medio de actividades, incentivándolo a caminar tanto interna como externamente para generar mayor flujo y seguridad a la zona.
- Preferencia de estacionamientos en sectores y niveles que no sean próximo a ingresos principales. Destinar zonas inmediatas al peatón para usos culturales, recreativos, entre otros.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS DEL ÁREA DE ESTUDIO

- 4.1. Ubicación*
- 4.2. Análisis de habitabilidad*
- 4.3. Análisis de actividad urbana*
- 4.4. Análisis de movilidad*

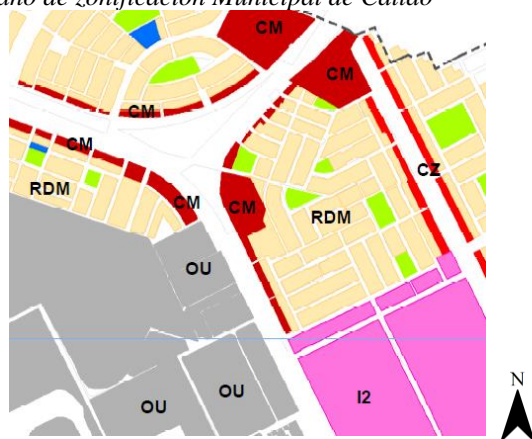
4.1. UBICACIÓN

Figura 24
Ubicación del proyecto



Nota. De color rojo la ubicación del proyecto. S/E. Fuente: Elaboración propia

Figura 25
Extracto de plano de zonificación Municipal de Callao

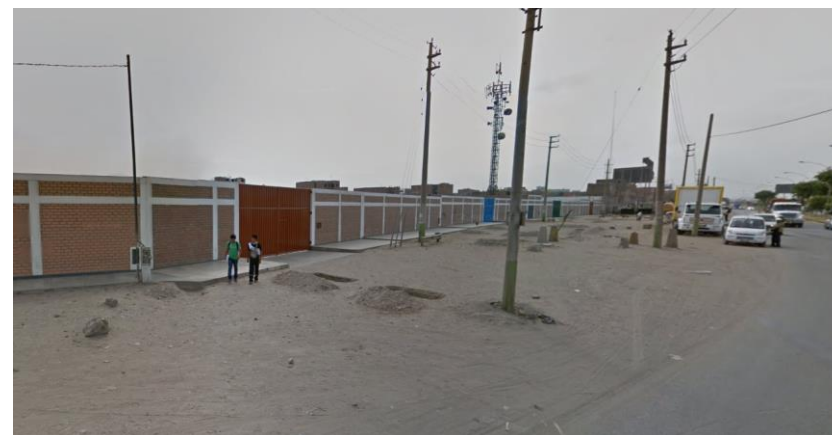


Fuente: Municipalidad Provincial del Callao (2018)

El proyecto se desarrolla en la intersección de las avenidas Elmer Faucett y Canta Callao, perteneciendo a la urbanización Las Fresas en la provincia constitucional del Callao. El área total del terreno es de 22 121,38 m².

Actualmente estos terrenos se encuentran delimitados por muro perimetral mas se encuentran baldíos. En la figura 25 se observa que según la Municipalidad Provincial del Callao (2018) facilita el uso de suelo a comercio metropolitano (CM), ante lo cual legalmente el proyecto sería viable.

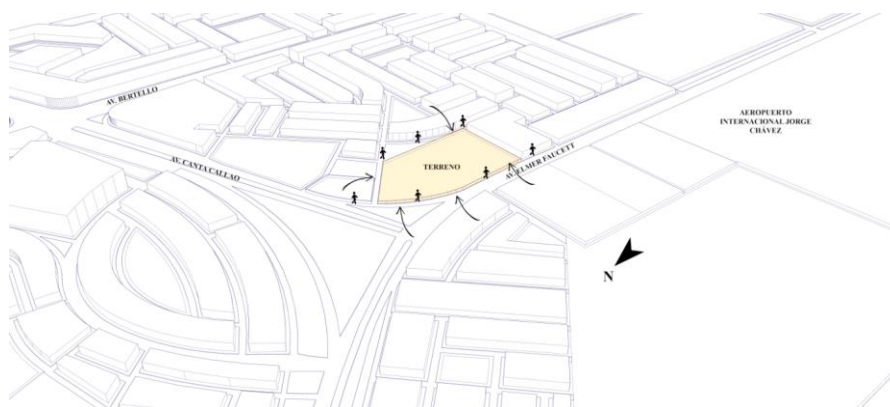
Figura 26
Vista desde Av. Elmer Faucett hacia el terreno elegido



Fuente: <https://www.google.com/maps>. Consultado Enero 2022

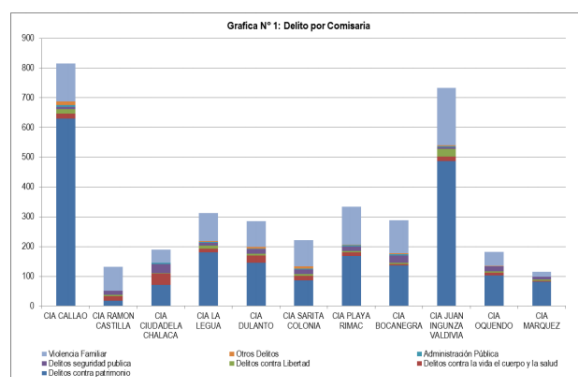
4.2. ANÁLISIS DE HABITABILIDAD

Figura 27
Análisis de habitabilidad. Terreno seleccionado



Fuente: Elaboración propia

Figura 28
Delitos registrados por comisarías del Callao



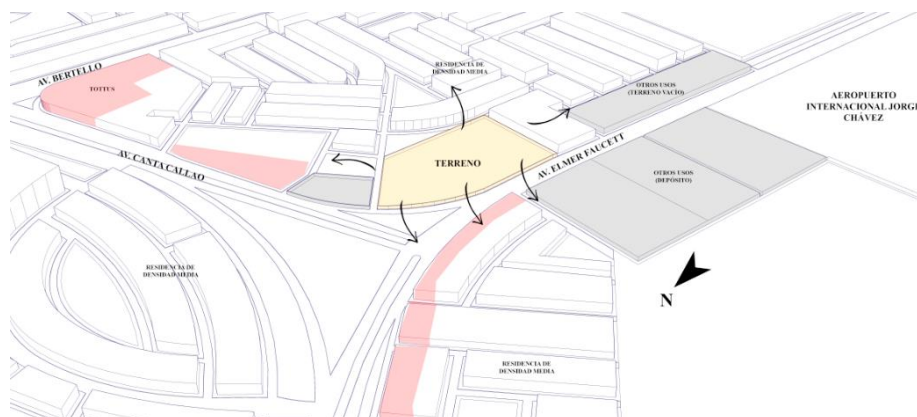
Fuente: Plan de acción provincial de seguridad ciudadana (2019)

HABITABILIDAD

- El terreno seleccionado es de gran extensión por lo cual puede manejarse adecuadamente para dar usuario una escala apropiada con el equipamiento comercial, cultural y recreativo.
- Posee 3 frentes, hacia el frente la Av. Elmer Faucett, Hacia el norte con la Calle 4 y hacia sureste con la Calle Crisantemos.
- En la figura 28 se observa lo índices de hechos delictivos registrados, siendo el Cercado del Callao el más alto en el 2019, una tendencia que se ha visto en años anteriores y sucede hasta la actualidad.
- Es posible observar que por la zona no hay mucha gente transitando ya que no tiene actividades por realizar, esto genera vacíos urbanos donde se hace mas susceptible la delincuencia.

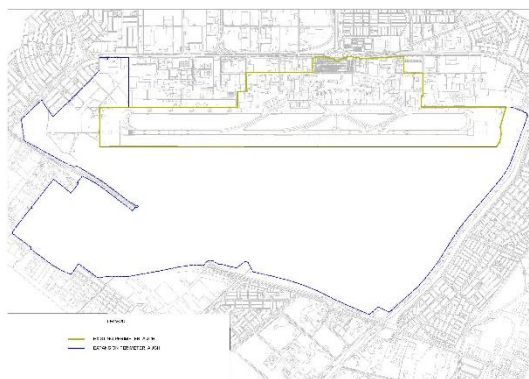
4.3. ANÁLISIS DE ACTIVIDAD URBANA

Figura 29
Análisis de actividad. Terreno seleccionado



Fuente: Elaboración propia

Figura 30
Plano de expansión del Aeropuerto Internacional Jorge Chávez



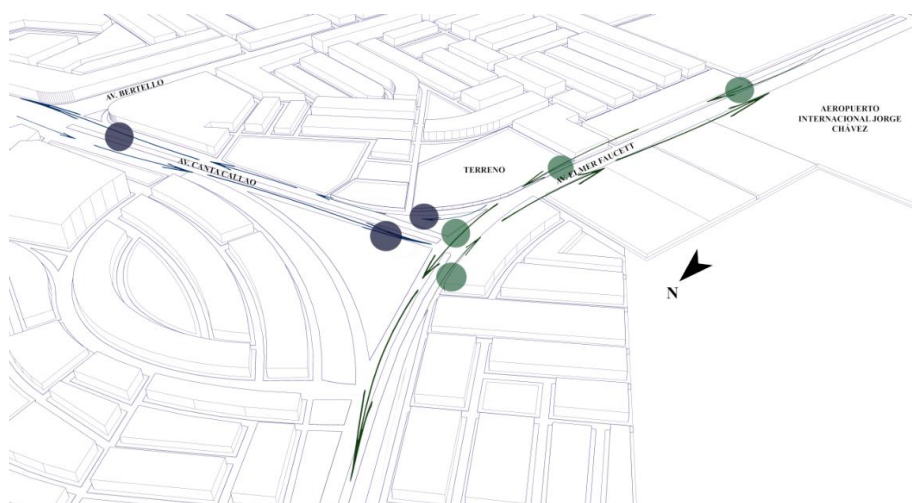
Fuente: LAP Negocios y Proyectos (2021)

ACTIVIDAD

- La zona presenta pocas actividades para el usuario de la zona. Predomina el comercio local en la Av. Faucett y terrenos catalogados como otros usos que son terrenos vacíos o depósitos.
- En la figura 30 se observa el plan de expansión del Aeropuerto Internacional, esto permite llamar la atención de nuevos inversores para poder crear nuevos proyectos para el sector y el usuario. La disposición de terrenos de otros usos, terrenos vacíos y construcciones en estado precario puede permitir proyectos que ayuden a cambiar la imagen urbana del lugar.
- La demanda por parte de la población por distintos usos permitirá centralizar actividades en esta intersección de avenidas pudiendo convertirse en un nuevo hito para el sector.

4.4. ANÁLISIS DE MOVILIDAD

Figura 31
Análisis de movilidad. Terreno seleccionado



Fuente: Elaboración propia

MOVILIDAD

- La disposición a vías de gran afluencia resulta fundamental para un centro comercial ya que ayudará al transporte de los diferentes usuarios.
- Numerosas líneas de transporte público que conectan los distritos cercanos de San Martín de Porres, Callao, Los Olivos y Ventanilla.
- En la figura 31, las líneas de color verde representan el transporte por la Av. Elmer Faucett y los paraderos cercanos al terreno. De color azul, las líneas de transporte por las Av. Bertello y los paraderos cercanos al proyecto a realizar.

CAPÍTULO V

CRITERIOS DE DISEÑO

- 5.1. Criterios de habitabilidad*
- 5.2. Criterios de actividad urbana*
- 5.3. Criterios de movilidad*
- 5.4. Criterios ambientales*

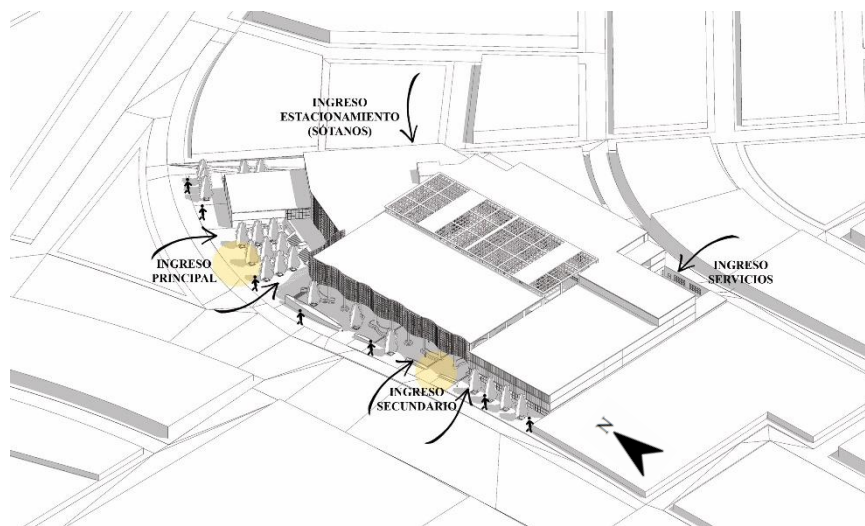
5.1. CRITERIOS DE HABITABILIDAD

HABITABILIDAD

- El proyecto opta por la Av. Elmer Faucett como elevación principal del proyecto al el punto más fácil de llegada para el usuario. Se dispone un ingreso principal de mayor jerarquía y otro secundario, ambos en la fachada principal. Hacia la Calle 4 se da una entrada directamente a una tienda por departamento. Hacia la Calle Crisantemos se sitúa el ingreso de servicio aprovechando la el reducido flujo con respecto a las otras vías.
- Se diseñan los estacionamientos en el sótano con ingreso por la Calle 4 para poder dotar la primera planta de actividades para el usuario.
- Se plantea un boulevard que se extiende por ambos frentes principales con ciertos desfases en la volumetría para ser atractivo al usuario e invitarlo a recorrerlo.
- Se busca una percepción de la fachada al proponer dobles altura, una celosía con jardín natural con la finalidad de cambiar el concepto mental típico de centro comercial de gran altura y gran escala que en ocasiones no favorece la buena percepción del mismo.

Figura 32

Criterios de habitabilidad. Proyecto propio



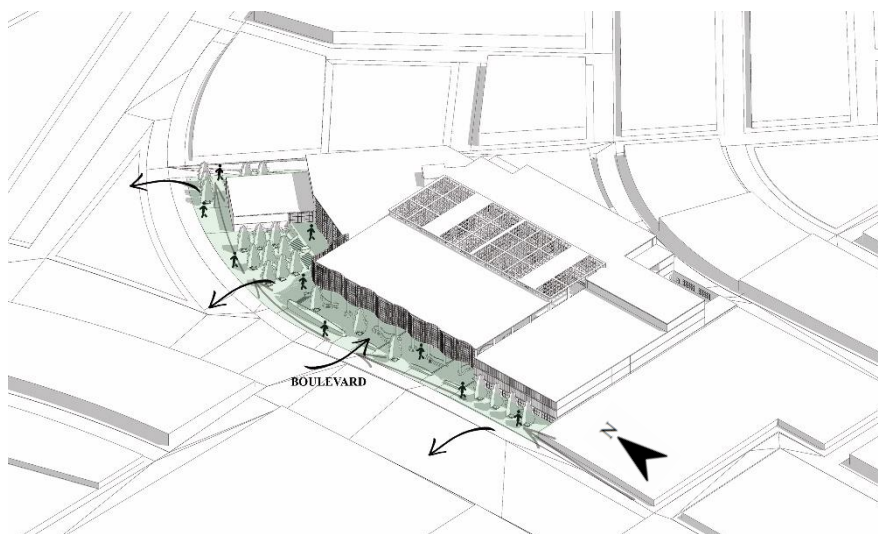
Nota. De color amarillo los paraderos de las líneas de transporte de la Av. Faucett. Fuente: Elaboración propia

5.2. CRITERIOS DE ACTIVIDAD URBANA

ACTIVIDAD

- Uno de los puntos de partida es la primera planta como elemento fundamental para el usuario donde pueda realizar actividades y sea más que un espacio para ir de un punto a otro.
- El proyecto propone un boulevard exterior desde la Av. Faucett hasta la Calle 4. Esto con la intención de generar un recorrido como espacios de transición y espacios con equipamiento como espacios de estancia.
- En el primer nivel se colocan cafeterías que atienden directamente hacia el exterior contribuyendo a generar más actividad. Al atender directamente a la calle, estos pueden alargar el tiempo de atención ante lo cual si el centro comercial cierra a una hora determinada, existe la opción que el horario se extienda en estas cafeterías y pueda seguir habiendo flujo peatonal.

Figura 33
Crterios de actividad. Proyecto propio

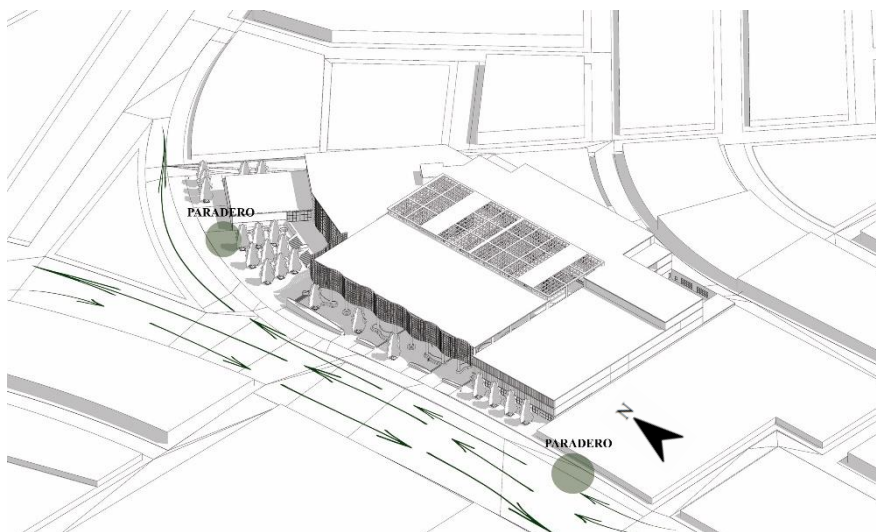


Fuente: Elaboración propia

5.3. CRITERIOS DE MOVILIDAD

Figura 34

Criterios de movilidad. Proyecto propio



Fuente: Elaboración propia

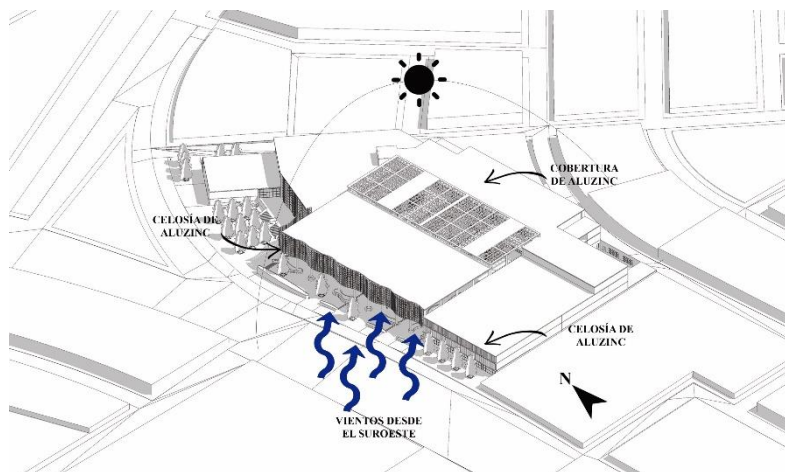
MOVILIDAD

- Gran cantidad de líneas de transporte público que recorren las Av. Elmer Faucett y Canta Callao que contribuyen a la llegada del usuario.
- Se usó un paradero de los servicios de transporte público para generar el ingreso principal.
- El peatón puede recorrer exteriormente el proyecto por medio del boulevard encontrando espacios de descanso entre él. Esto genera mayor flujo peatonal, por ende mayor actividad a distintas horas del día reduciendo en cierta manera hechos delictivos.
- Estacionamientos en 2 sótanos.

5.4. CRITERIOS AMBIENTALES

Figura 35

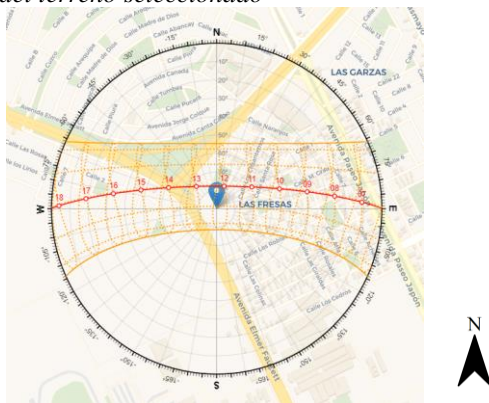
Análisis de actividad. Proyecto propio



Fuente: Elaboración propia

Figura 36

Orientación solar del terreno seleccionado



Fuente: Extraído de sitio web Andrew Marsh. <https://drajmarsh.bitbucket.io/>

AMBIENTAL

- Las cara este y oeste son las que reciben mayor cantidad de horas de sol. Con la finalidad de controlar la radiación solar sobre el usuario se usó dos tipos de celosías: una celosía de aluzinc y acabado similar a madera en la fachada el cual destaca por la forma sinuosa y el jardín vertical. Por otro lado, tenemos celosías de aluzinc ubicadas en las fachadas a las tiendas por departamento con acabado similar a concreto.
- Los vientos vienen desde el suroeste los cuales chocan con el proyecto evitando el efecto túnel de corrientes de aire.
- Posee una cobertura Aluzinc en la zona central que permite cubrir grandes luces teniendo como beneficio menor peso y modulación amplia para poder cubrir las luces propuestas.
- El material que prima en el proyecto es el concreto expuesto, este requiere un bajo mantenimiento, un costo asequible y perdura más en el tiempo.

CAPÍTULO VI

PROYECTO ARQUITECTÓNICO

- 6.1. Programa arquitectónico*
- 6.2 Rentabilidad*
- 6.3. Toma de partido*
- 6.4. Zonificación*
- 6.5. Planimetría*
- 6.6. Detalles*
- 6.7 Vistas*

6.1. PROGRAMA ARQUITECTÓNICO

Tabla 05

Programación arquitectónica

ZONA	SUBZONA / ÁREA	AMBIENTE	CANTIDAD	ÁREA POR AMBIENTE (M2)	ÁREA POR TOTAL DE AMBIENTES (M2)	ÁREA TOTAL POR SUBZONA (M2)	ÁREA TOTAL POR ZONA (M2)
ZONA COMERCIAL	ÁREAS COMUNES	Hall	2	530	1060	1638	24400
		Informes	1	20	20		
		S.S.H.H.	6	89	534		
		Tópico	1	24	24		
	ÁREA DE TIENDAS RETAIL	Tienda por departamento 01	1	3749	3749	15982	
		Tienda por departamento 02	1	6426	6426		
		Tienda "Tipo A"	2	625	1250		
		Tienda "Tipo B"	2	536	1072		
		Tienda "Tipo C"	2	446	892		
		Tienda "Tipo D"	1	357	357		
		Tienda "Tipo E"	1	268	268		
		Tienda "Tipo F"	10	179	1790		
	ÁREA DE COMIDA	Cafetería	5	179	895	3037	
		Patio de comidas	1	2142	2142		
	ÁREA FINANCIERA	Entidad bancaria	2	357	714	714	
	CINE	Salas	4	357	1428	1958	
		Foyer	1	357	357		
		Confitería	1	70	70		
		Venta	1	43	43		
		Servicio	1	60	60		
ÁREA ENTRETENIMIENTO	Tienda de Juegos Recreativos	1	1071	1071	1071		
ZONA CULTURAL	AUDITORIO	Foyer	1	179	179	645,25	1359
		Sala	1	357	357		
		Servicio	1	20	20		
		S.S.H.H.	1	89,25	89,25		
	GALERÍA	Hall ingreso	1	178,5	178,5	714,00	
		Sala de exposición	3	178,5	535,5		

6.1. PROGRAMA ARQUITECTÓNICO

ZONA ADMINISTRATIVA	ADMINISTRACIÓN	Secretaría	1	80	80	360,00	360	
		Administración y Recursos Humanos	1	50	50			
		Subgerencia	1	60	60			
		Director general	1	60	60			
		Sala de Reuniones	1	80	80			
		S.S.H.H.	1	30	30			
ZONA DE SERVICIO	ÁREA DE SERVICIO SANITARIO	Cisterna ACI	1	152	152	312,00	1676	
		Cisterna de agua potable	1	80	80			
		Bomba de desagüe	1	40	40			
		Cuarto de bombas	1	40	40			
	ÁREA DE SERVICIO ELÉCTRICO Y HVAC	Cuarto de extracción de monóxido	2	50	100	595,00		
		Subestación eléctrica01	1	30	30			
		Subestación eléctrica 02	1	45	45			
		Estación acelerométrica	1	20	20			
		Cuarto técnico	8	50	400			
	ÁREA DE ALMACENAJE	Almacén	8	70	560	560,00		
	ÁREA DE SERVICIO	Cuarto de Basura	2	60	120	120,00		
ÁREA DE CAMBIADORES	Cambiadores	1	89,25	89,25	89,25			
ZONA COMÚN	CIRCULACIÓN	Circulación interior	-	0	8172	13527,00	35126	
		Escaleras de evacuación (área por niveles)	28	89,25	2499			
		Boulevard	-	2856	2856			
	TERRAZA	Terraza interior	1	1071	1071			1071,00
	ÁREA DE PARQUEO	Estacionamiento	2 - Sótanos - 374 estacionamientos					20527,50
ÁREA CONSTRUIDA TOTAL (m2)							54749	
ÁREA TECHADA TOTAL							62921,00	
ÁREA LIBRE TRATADA							7306	
ÁREA TOTAL DEL TERRENO (m2)							22 121,38	

Fuente: Elaboración propia

6.1. PROGRAMA ARQUITECTÓNICO

Tabla 06

Dotación de estacionamientos mínimos

DOTACIÓN DE ESTACIONAMIENTOS				
CLASIFICACIÓN	Estacionamientos (por persona)	Aforo	Estacionamientos por Clasificación	
Cafetería	20	87	4.4	5
Local de comida rápida	20	1204	60.2	61
Local bancario	10	140	14.0	14
Local de entretenimiento	25	232	9.3	10
Tienda por departamento	25	3392	135.7	136
Galería comercial	20	1452	72.6	73
Salas de exposición	25	134	5.4	6
Auditorio	15	510	34.0	34
Administración	15	96	6.4	7
TOTAL				346

Fuente: En base a cuadros de las normas técnicas A.0.70 y A.100 del RNE

Se propone un total de 442 estacionamientos divididos en 374 de autos, 43 de bicicletas y 25 de motos cumpliendo la dotación mínima según reglamento para estacionamientos de centro comercial y actividades complementarias a este.

6.2. RENTABILIDAD

La propuesta cuenta con 22 762m² de área comercial arrendable dentro de los cuales encontramos, 2 tiendas por departamento, tiendas clasificadas según área, sala de juegos recreativos, cafeterías y un cine. Con respecto al área cultural, se acondicionan 3 espacios de salas de exposiciones rotativas de 179 m² cada una y un auditorio con aforo de 140 personas para obras teatrales, ponencias, entre otros. El proyecto busca dar en concesión el área arrendable y brindar actividades culturales a través de los espacios antes descritos mediante horarios determinados, por lo tanto permitiría flexibilidad en el uso y alquiler de dichos espacios.

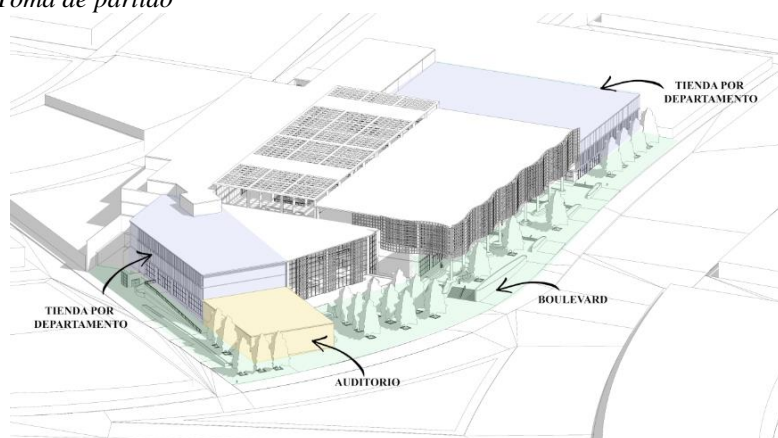
En la actualidad, próximo al terreno seleccionado no ofrece un espacio donde el usuario pueda encontrar las actividades propuestas en conjunto, siendo en el Centro Comercial Mega Plaza en el distrito de Independencia a 6km el más cercano. De manera el proyecto sería considerado un nuevo punto de encuentro referencial para el usuario destacando su localización.

Otro punto a resaltar es la regeneración urbana proyectada en el lugar, según la entidad del Aeropuerto Jorge Chávez (2017) por medio de una entrevista al gerente general Juan José Salmón, estima que para mediados del año 2023 la ampliación se daría por finalizada, esto trae consigo mejoras en el sector. Por ejemplo, en lo que respecta a lo vial, se dará la mejora del túnel de la Av. Gambeta y reparación de las vías Av. Elmer Faucett. Además, esto facilitaría la implementación de sistemas de transporte masivo para la interconexión de los usuarios entre diferentes distritos.

En conclusión, la nueva percepción de la zona a futuro, inversiones privadas que mejorarán las vías de transporte y fomentarán nuevos proyectos en los alrededores, la falta de actividades en la zona y la disposición de variedad de actividades propuestas por parte del proyecto; resulta atractivo para el usuario y la frecuencia de este en el centro comercial, convirtiéndolo en una propuesta rentable y viable para inversiones privadas.

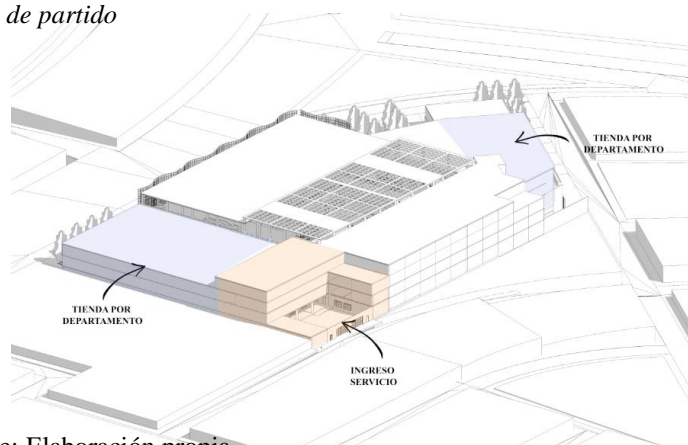
6.3. TOMA DE PARTIDO

Figura 37
Toma de partido



Fuente: Elaboración propia

Figura 38
Toma de partido



Fuente: Elaboración propia

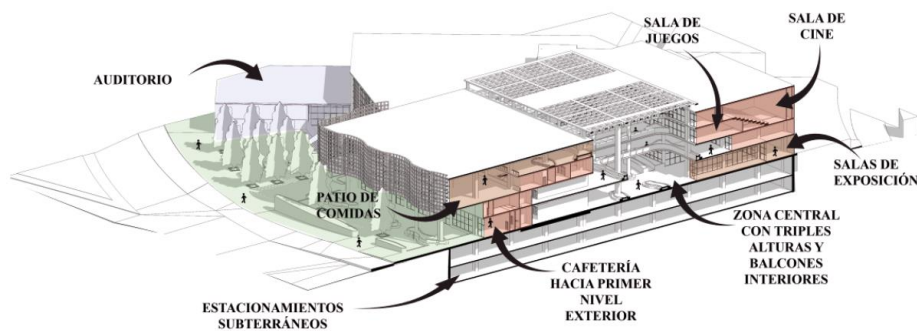
La toma de partido consideró los siguientes puntos:

- Acceso principal a través de la Av. Elmer Faucett la cual brinda mayor accesibilidad por parte del usuario y se aprovecha de mejor manera los frentes del terreno.
- Ingreso a los estacionamientos en el sótano a través de la Calle 4.
- Acceso a la zona de servicio y patio de maniobras hacia la Calle Crisantemos la cual posee menos afluencia.
- Centro comercial de tipo ancla con dos tiendas por departamento en cada extremo, en el recorrido se encuentran actividades comerciales, culturales y recreacionales.
- Boulevard hacia la Av. Elmer Faucett y Calle Crisantemos con la finalidad de invitar al usuario a ingresar al proyecto, ensanchar la vereda y tener una mejor escala usuario proyecto.
- Auditorio y espacios comerciales (entidades bancarias y cafeterías) hacia el exterior que realiza actividades de manera independiente, favorece a ampliar el horario de funcionamiento de la zona

6.4. ZONIFICACIÓN

Figura 39

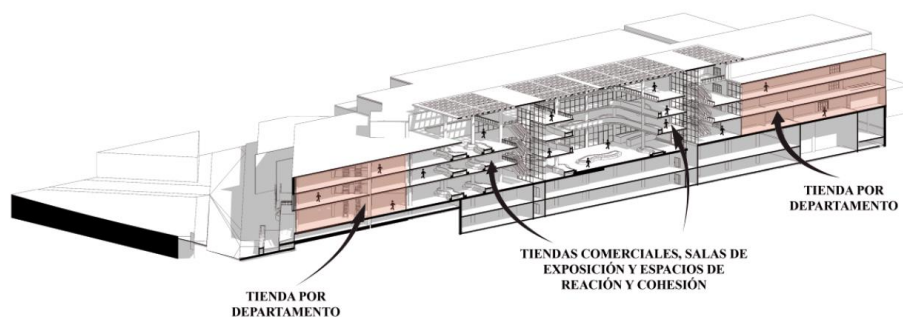
Corte transversal isométrico del proyecto



Fuente: Elaboración propia

Figura 40

Corte longitudinal isométrico del proyecto



Fuente: Elaboración propia

El proyecto se desarrolla mediante una tipología de centro comercial tipo ancla, donde encontramos 2 tiendas por departamento, 1 ubicada a cada extremo del proyecto, y en el recorrido que las conecta espacios de menor jerarquía. El proyecto integra los usos comercial, cultural y recreativo mediante el juego de niveles, alturas y actividades. Busca crear espacios de estancia y transición donde el usuario pueda quedarse y realizar actividades. Cabe resaltar que el concepto de cultura está ligado a espacios de estancia como las salas de exposición y auditorio, y espacios de transición como el recorrido tanto interno en cada nivel y exterior al centro comercial ya que se busca una constante cohesión social del usuario con el medio donde se encuentra, acentuando la primera planta como primer recurso al alcance del mismo.

6.5. PLANIMETRÍA

Primer y segundo sótano: Encontramos estacionamientos para 374 autos que incluye 34 espacios dotados para personas con discapacidad y 68 estacionamientos entre bicicletas y motos distribuidas en dos niveles. Se ubica el área sanitaria conformado por las cisternas de agua, bombas de desagüe y cuarto de bombas. Además encontramos los cuartos de extracción de monóxido y cuartos técnicos en lo que corresponde a especialidad eléctrica.

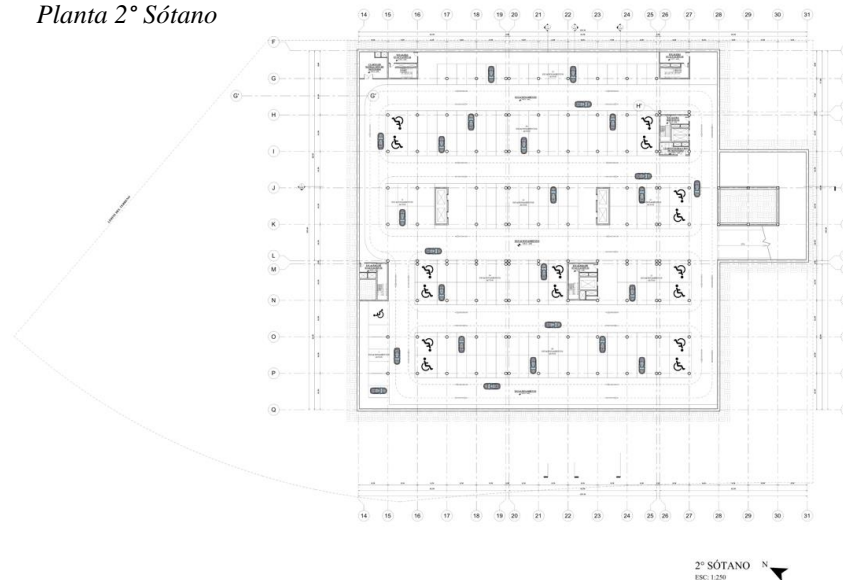
El proyecto sitúa los estacionamientos en el sótano con la finalidad que la primera planta brindada sea un espacio pleno de distintas actividades para el usuario.

Figura 41
Planta 1° Sótano



Fuente: Elaboración propia

Figura 42
Planta 2° Sótano



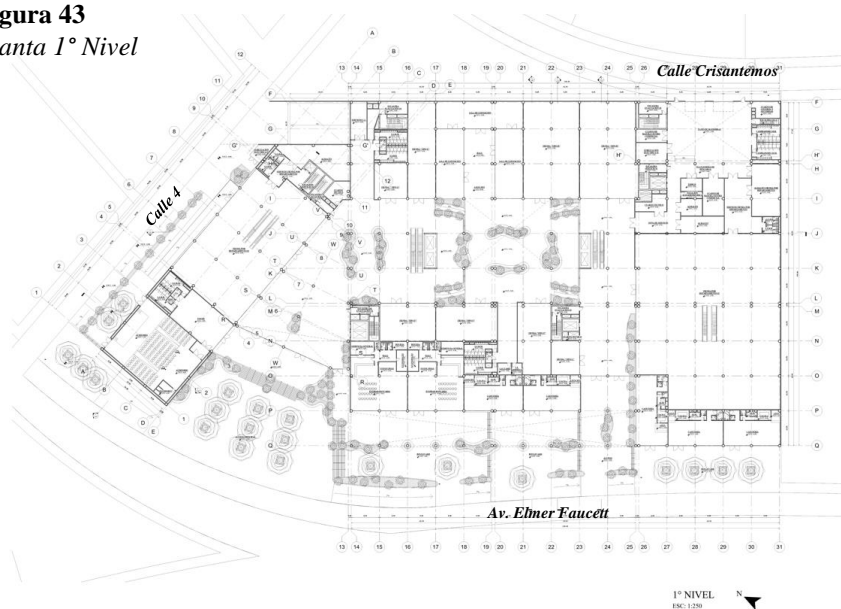
Fuente: Elaboración propia

6.5. PLANIMETRÍA

Primer y segundo nivel: Dispone de un boulevard exterior hacia la Av. Elmer Faucett donde se crea un recorrido que invite al cliente a ingresar al centro comercial sin descuidar el espacio público. Cuenta con cafeterías las cuales atienden directamente al boulevard generando actividad urbana. Interiormente, se observa las tiendas por departamento a cada extremo del proyecto unidas por una circulación donde se disponen tiendas y espacios culturales. Hacia la Calle Crisantemos se encuentra el ingreso a la zona de servicio del personal y patio de maniobras.

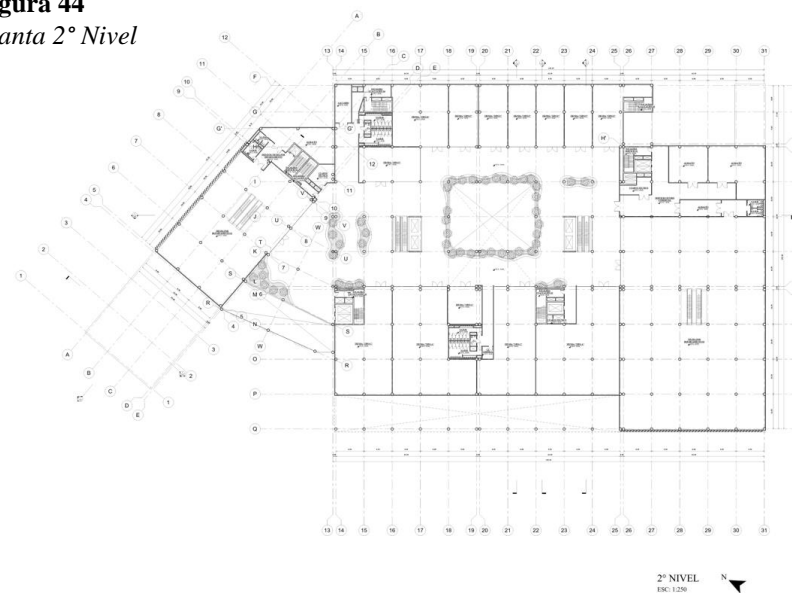
En el segundo nivel se observa la misma tipología ancla que el primer nivel con espacios de estancia entre ellos.

Figura 43
Planta 1° Nivel



Fuente: Elaboración propia

Figura 44
Planta 2° Nivel



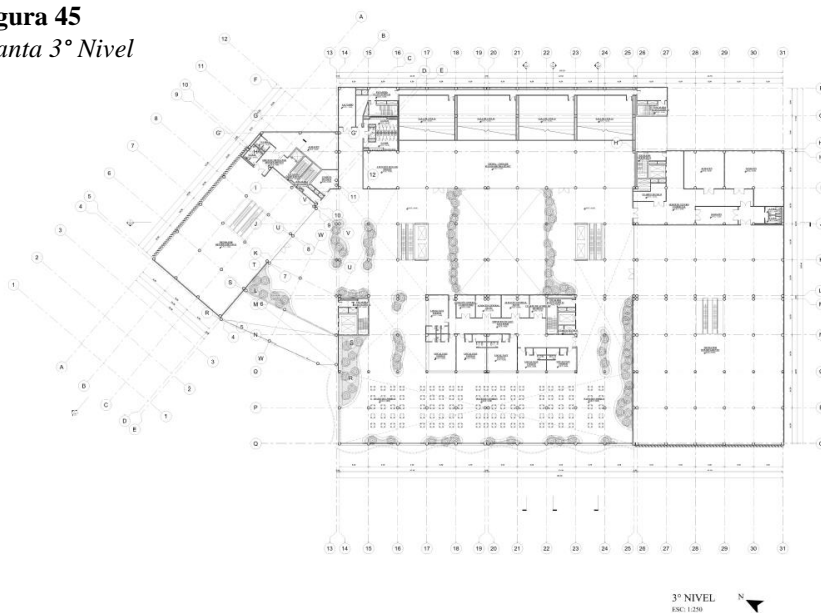
Fuente: Elaboración propia

6.5. PLANIMETRÍA

Tercer y cuarto nivel: En el tercer nivel destaca el patio de comidas de doble altura con vista hacia el exterior cubierta por una celosía que incluye un jardín vertical. Al mismo tiempo encontramos una serie de locales fast-food que sirven al patio de comidas ya mencionado y una zona amplia de juegos.

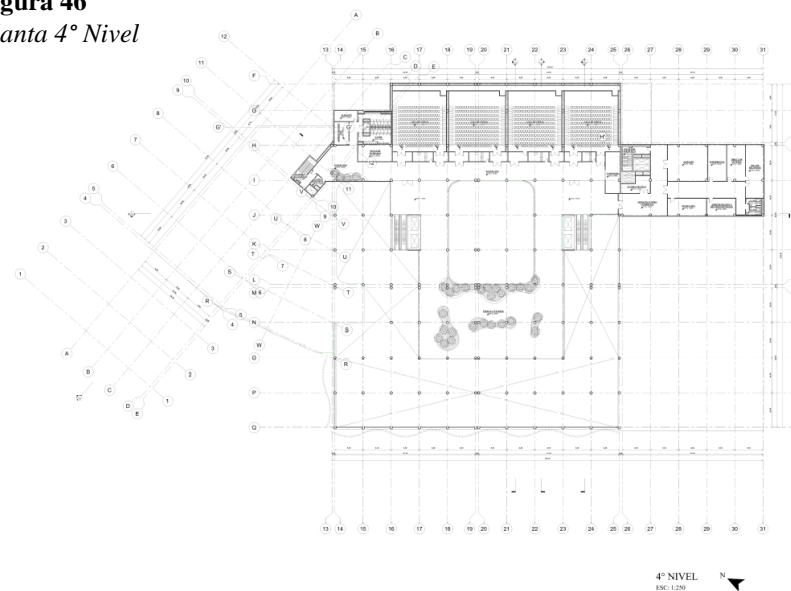
En el cuarto nivel se extiende una terraza con vista a la cuádruple altura interior y el patio de comidas. En este nivel también se localiza el ingreso al cine. Por otro lado, en la parte derecha del proyecto se ubica la zona administrativa y gerencial del centro comercial.

Figura 45
Planta 3° Nivel



Fuente: Elaboración propia

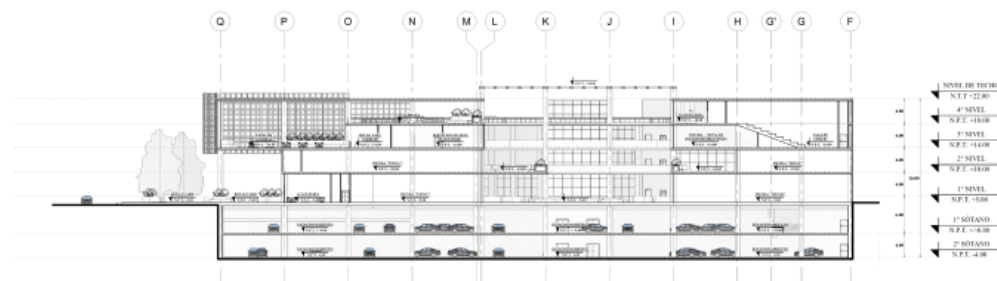
Figura 46
Planta 4° Nivel



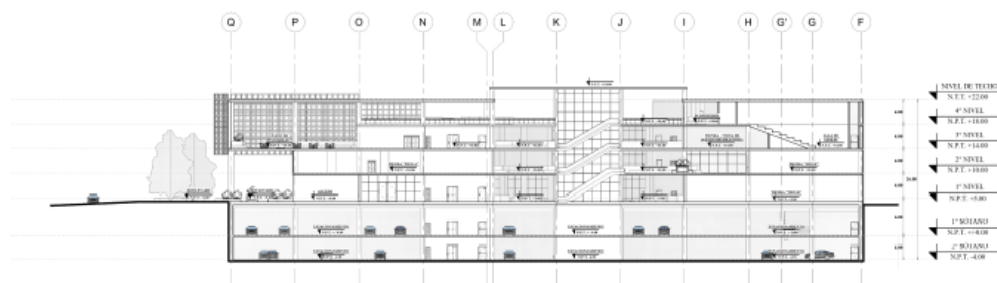
Fuente: Elaboración propia

6.5. PLANIMETRÍA

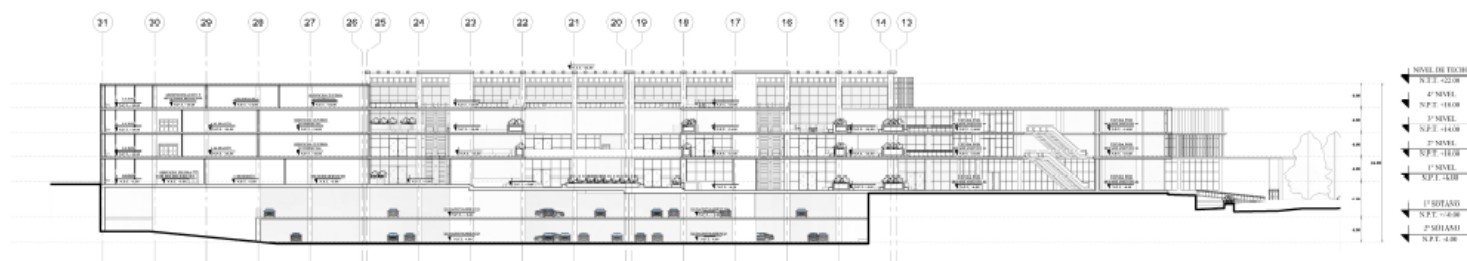
Figura 47
Cortes



CORTE A-A
ESC 1:250



CORTE B-B
ESC 1:250

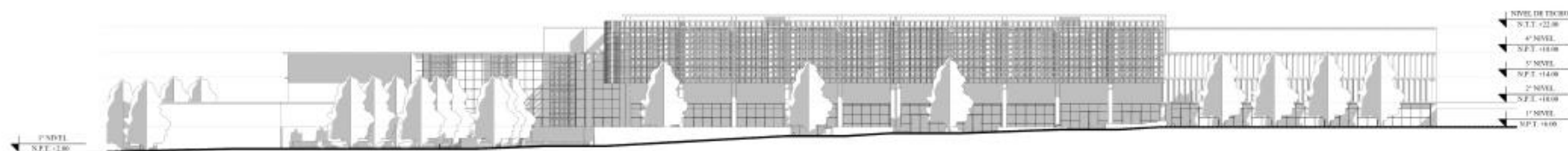


CORTE C-C
ESC 1:250

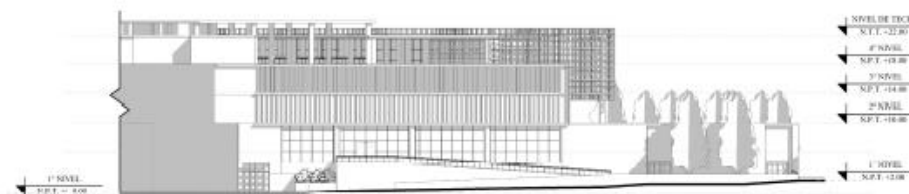
Fuente: Elaboración propia

6.5. PLANIMETRÍA

Figura 48
Elevaciones



ELEVACIÓN AV. FAUCETT
ESC: 1/250



ELEVACIÓN CALLE 4
ESC: 1/250



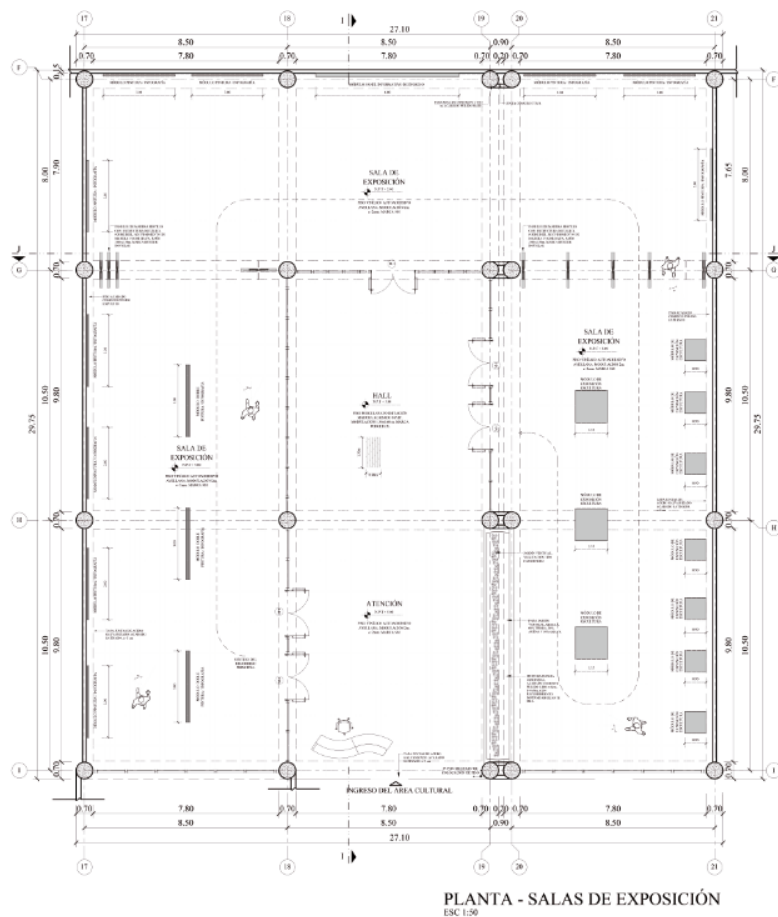
ELEVACIÓN CALLE
CRISANTEMOS
ESC: 1/250

Fuente: Elaboración propia

6.6. DETALLES

Figura 49

Detalle – Planta salas de exposición



Se optó por el desarrollo de las galerías culturales por la libertad de diseño e implementación de materiales a usar. A diferencia de las tiendas comerciales, estas al momento de ser arrendadas al comprador, el diseño varía acorde a la intención de la marca que busque proyectar.

Este espacio presenta un hall central rodeado de salas de exposición que a su vez se interconectan mediante paneles móviles que permiten amplitud del espacio. Al mismo tiempo, funciona como un sala de usos múltiples flexible a la actividad que se desee desarrollar.

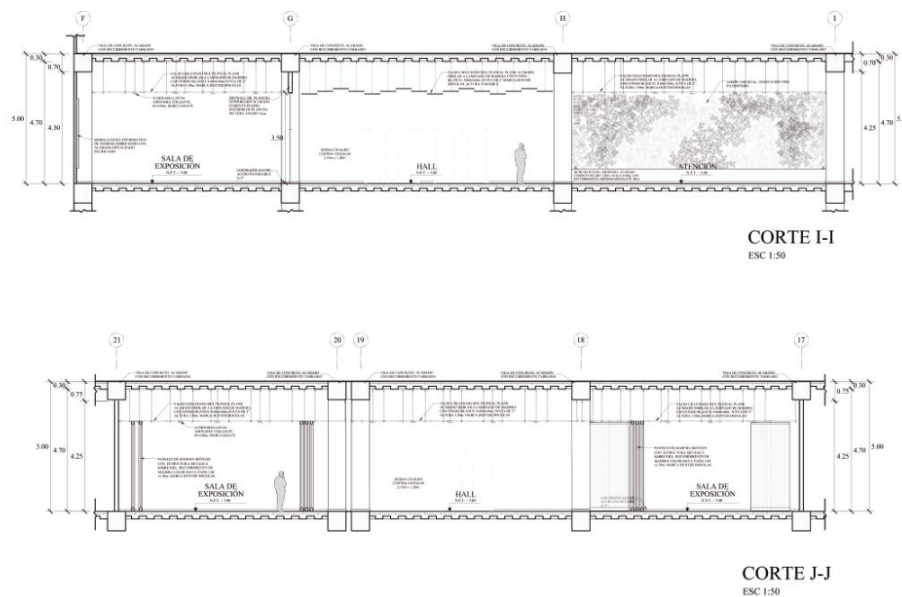
La materialidad busca el contraste del muro de concreto expuesto con el piso y cielo raso de madera, este último se dispone a distintas alturas en el hall principal para brindar una sensación de movimiento.

Fuente: Elaboración propia

6.6. DETALLES

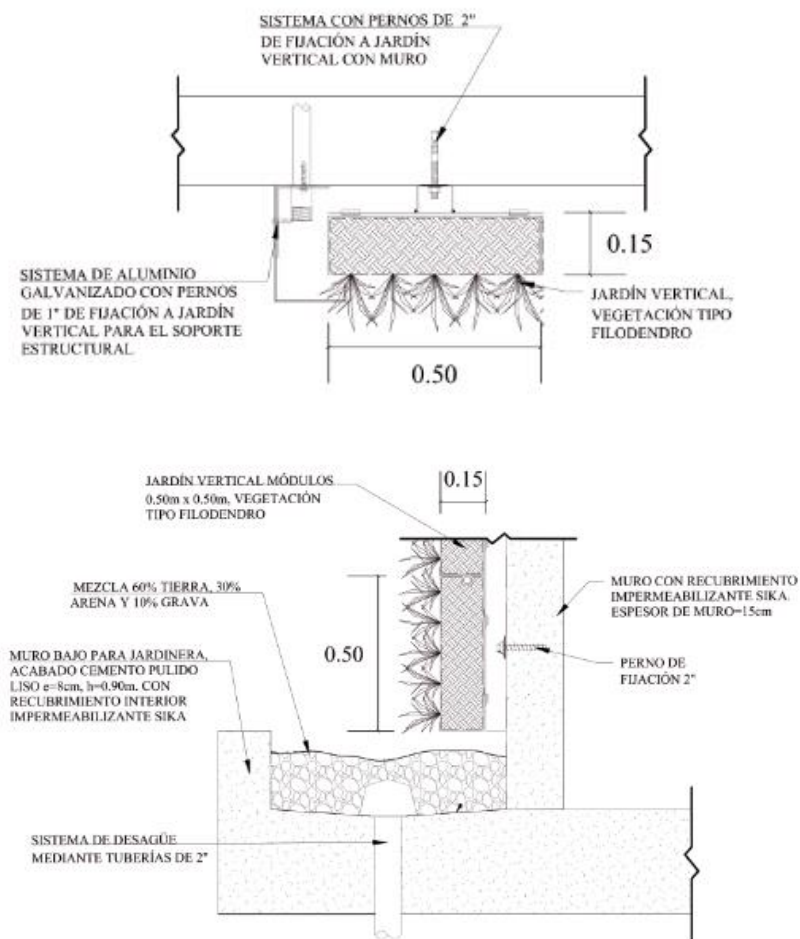
En el hall destaca el cielo raso a altura variable y el jardín vertical. El jardín vertical como medio para incorporar área natural agradable a la vista con una vegetación de tipo filodendro de bajo consumo de agua, pigmentaciones vivas y dimensiones variables.

Figura 50
Detalle – Cortes salas de exposición



Fuente: Elaboración propia

Figura 51
Detalle – Módulo con jardín vertical



Fuente: Elaboración propia

6.7. VISTAS

Figura 52

Vista aérea desde la Av. Elmer Faucett



Fuente: Elaboración propia

Figura 53*Vista exterior 01 - Av. Elmer Faucett*

Fuente: Elaboración propia

Figura 54*Vista exterior 02 - Av. Elmer Faucett con Calle 4*

Fuente: Elaboración propia

Figura 55*Vista exterior 03 - Av. Elmer Faucett*

Fuente: Elaboración propia

Figura 56*Vista exterior 04 - Av. Elmer Faucett*

Fuente: Elaboración propia

6.7. VISTAS

Figura 57*Vista interior 01 – Salas de exposiciones*

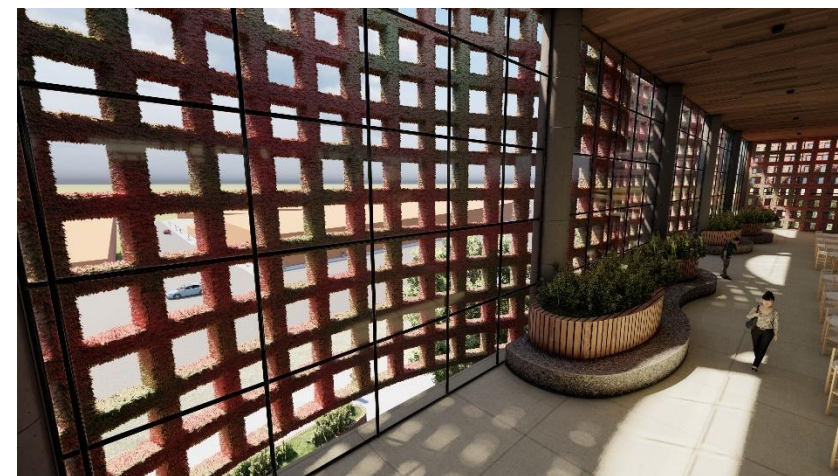
Fuente: Elaboración propia

Figura 58*Vista interior 02 – Zona circulación vertical 3° Nivel*

Fuente: Elaboración propia

Figura 59*Vista interior 03 – Zona central 2° Nivel*

Fuente: Elaboración propia

Figura 60*Vista interior 04 – Patio de comidas hacia exterior*

Fuente: Elaboración propia

CONCLUSIONES

1. Como se ha podido observar en la problemática del Callao, existe poca planificación territorial que tiene como consecuencia falta de equipamiento comercial, recreativo y cultural en la zona, provocando vacíos urbanos en ciertos sectores de la ciudad.
2. Los vacíos urbanos generan problemáticas urbanas y sociales que afectan directa e inmediatamente a la misma. Una de las más representativas son los actos delictivos debido a la falta de actividad urbana en las calles.
3. Los centros comerciales analizados dejan indicios de buenas y malas decisiones tomadas dentro de cada contexto para poder generar proyectos de valor que aporten a la ciudad con respecto a variables de habitabilidad, actividad urbana y movilidad.
4. A través de los lineamientos concluidos a partir del análisis de los centros comerciales, ha sido posible la proyección de un objeto arquitectónico denominado Centro Comercial Cultural Metropolitano en el Cercado del Callao el cual permite:
 1. Complementariedad de actividades según las necesidades del usuario que son comercio, actividades culturales y recreación.
 2. Urbanísticamente ser parte de un cambio de percepción del lugar gracias a proyectos como la ampliación del Aeropuerto Internacional Jorge Chávez que permitirán mejorar la calidad urbana del sector.
 3. Fomentar mayor actividad urbana ya que ante el cambio de imagen del lugar, es posible ser considerado un nuevo hito en el sector del Callao ayudando al mismo tiempo a reducir vacíos urbanos en el Callao.
 4. Brindar espacios y actividades de calidad a nivel usuario

RECOMENDACIONES

- Tomar decisiones que benefician a la ciudad resulta importante al momento de proyectar un centro comercial ya que estos por lo general son de gran escala y generan un impacto en la ciudad el cual debería ser en su mayoría positivo al ciudadano.
- Los centros comerciales buscan ser rentables, mas este no debería ser un pilar fundamental al momento de tomar decisiones. Repetidas ocasiones se observa que elecciones sobre un proyecto dejan de lado al usuario, y el beneficio económico prima sobre el resto. Es sumamente valioso preguntarse que está haciendo el proyecto por la ciudad y el usuario.

REFERENCIAS

- Aeropuerto Jorge Chávez – Lima Airport (2017, 12 de septiembre). *LAP – Entrevista Gerente General – Juan José Salmón sobre proyecto de Ampliación*. (Video) <https://www.youtube.com/watch?v=PRdJCVOFO-s&t=81s>
- Gehl, J. (2010). *Ciudades para la gente*. El equilibrista. España
- Gruen, V., Smith. L. (1960). *Shopping Towns USA. The planning of shopping Centers*. Van Nostrand Reinhold. USA
- Gruen, V. (2017). *Shopping town: designing the city in suburban America*. University of Minnesota Press. USA
- INEI (2018). *Provincial constitucional del Callao. Resultados definitivos*. Callao. Perú
- Instituto Metropolitano de Planificación (2010). *Plan de desarrollo urbano de la provincia constitucional del Callao 2011-2022. Tomo II*. Municipalidad Provincial del Callao. Callao. Lima
- Instituto Metropolitano de Planificación (2018). *Actualización del Plan de Desarrollo Urbano de la provincia constitucional del Callao 2011-2022*. Municipalidad del Callao. Callao. Lima
- LAP Negocios y Proyectos. (2019). *Proyecto y ampliación del Aeropuerto Internacional Jorge Chávez*. Sitio web: <https://www.lima-airport.com/esp/lap-negocios-y-proyectos/ampliacion-del-aeropuerto/fotos>. Consultado: Enero 2022
- Orrego, P. (2010). *Historia de los centros comerciales de Lima (2)*. Sitio web: <http://blog.pucp.edu.pe/blog/juanluisorrego/2010/05/16/historia-de-los-centros-comerciales-de-lima-2/>. Consultado Enero 2022
- Plan de acción provincial de seguridad ciudadana (2019). *Plan de acción provincial de seguridad ciudadana -2019*. Municipalidad provincial del Callao. Callao. Perú
- Reglamento Nacional de Edificaciones (2021). *Norma técnica A.070*. Ministerio de vivienda, saneamiento y construcción. Lima. Perú
- Vega, E. (3 de junio de 2019). "Grupo Centenario: Camino Real empezará a funcionar en el último trimestre del 2021". El Comercio. <https://elcomercio.pe/>
- Wall, A. (2005). *Victor Gruen: From Urban Shop to New City*. Ingoprint SA. Barcelona España

REFERENCIAS

- **Sitios web**
 - <https://drajmarsh.bitbucket.io/>
 - <https://earth.google.com/web>
 - <https://www.archdaily.pe/pe/877355/parque-toreo-sordo-madalenorquitectos>
 - <https://www.gob.pe/institucion/vivienda/informes-publicaciones/2309793-reglamento-nacional-de-edificaciones-rne>
 - <https://www.google.com/maps>
 - <https://www.peru-retail.com>