



**FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA
ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA**

**ESTUDIO DE LAS CONDICIONES DE ESPARCIMIENTO DE LOS
POBLADORES DEL DISTRITO DE CHICLAYO PARA EL DISEÑO
ARQUITECTÓNICO DE UN CENTRO DE OCIO**

**PRESENTADA POR
SUSAN MARISOL ADRIANZÉN ARIAS**

**ASESOR
CARLOS GERMAN PAREDES GARCÍA**

**TESIS
PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE ARQUITECTA**

CHICLAYO – PERÚ

2018



**Reconocimiento - No comercial - Sin obra derivada
CC BY-NC-ND**

La autora permite que se pueda descargar esta obra y compartirla con otras personas, siempre que se reconozca su autoría, pero no se puede cambiar de ninguna manera ni se puede utilizar comercialmente.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>



FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA

ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

**“ESTUDIO DE LAS CONDICIONES DE ESPARCIMIENTO DE
LOS POBLADORES DEL DISTRITO DE CHICLAYO PARA EL
DISEÑO ARQUITECTÓNICO DE UN CENTRO DE OCIO”**

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE ARQUITECTO

PRESENTADA POR:

Bach. SUSAN MARISOL ADRIANZÉN ARIAS

ASESOR:

Arq. CARLOS GERMAN PAREDES GARCÍA

CHICLAYO – PERÚ

2018

INDICE GENERAL

AGRADECIMIENTO	25
RESUMEN	26
ABSTRACT	27
INTRODUCCIÓN	28
CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	30
1.1 Identificación del problema.	31
1.2. Definición del problema.....	35
1.3 Objetivos	36
1.3.1Objetivo general.....	36
1.3.2Objetivos específicos.....	36
1.4 Hipótesis	37
CAPITULO II. MARCO TEÓRICO	38
Introducción	39
2.1 Marco referencial	40
2.1.1. Antecedentes de la Investigación	40
2.1.2 Precedente Histórico - Evolución del ocio	49
2.1.3 Referentes de la investigación.....	51
2.2 Marco teórico	59
2.2.1 Sociología del ocio.....	59
2.2.2 Acupuntura urbana	64
2.2.3 El funcionalismo.....	68
2.2.4 El contextualismo.....	69
2.2.5 Centros comerciales, espacios postmodernos de ocio	71
2.2.6 La complementariedad entre el comercio y el turismo en la nueva economía del ocio	72
2.3 Marco conceptual.....	73
2.3.1 Definiciones básicas	73
2.4 Marco normativo	93
2.4.1 Reglamento nacional de edificaciones	93

2.4.2 Reglamento de acondicionamiento territorial urbano de Chiclayo	95
2.4.3 Reglamento de ordenamiento ambiental urbano de Chiclayo	95
2.4.4 Reglamento para el sistema vial urbano de Chiclayo	95
2.4.5 Reglamento de zonificación urbana de Chiclayo	96
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA	97
3.1. Material y métodos	98
3.1.1 Materiales y equipos utilizados	98
3.1.2 Instrumentos	98
3.1.3 Técnicas de investigación.....	98
3.1.3.1. Encuestas.....	98
3.1.3.2. Entrevistas.....	99
3.1.4 Métodos de investigación	99
3.1.4.1. Método investigación descriptiva:.....	99
3.1.4.2. Método de investigación aplicada:.....	99
3.1.4.3 Método de análisis:.....	99
3.1.4.4. Método de síntesis:	99
3.1.5 Población y muestra	100
CAPÍTULO IV: EVALUACIÓN DEL ESTADO FÍSICO NATURAL DEL DISTRITO DE CHICLAYO.	101
Introducción	102
4.1 Aspectos generales	103
4.1.1 Ubicación geográfica	103
4.1.2 División política.....	104
4.1.3 Demografía	105
4.2 Aspecto físico-geográfico.....	106
4.2.1 Dinámica urbana.....	106
4.2.2 Clima	109
4.2.3 Hidrografía y topografía	112
4.2.4 Clasificación de uso de suelo	114
4.2.5 Seguridad físico-ambiental	116

CAPÍTULO V: DIAGNÓSTICO DEL MEDIO FÍSICO-URBANO DEL DISTRITO DE CHICLAYO.121

Introducción 122

5.1 Usos de suelos. 123

5.2 Zonificación..... 126

5.3 Equipamiento 129

5.4 Sistema vial..... 132

5.5 Transporte urbano 134

5.6 Servicios básicos 137

CAPÍTULO VI: ESTUDIO DE LA OFERTA Y DEMANDA DE ZONAS DE OCIO EN EL DISTRITO DE CHICLAYO.....142

Introducción 143

6.1 Oferta..... 144

 6.1.2. Restaurantes 149

 6.1.3 Discotecas, bares y karaokes 162

 6.1.4 Centros y canchas deportivas 174

 6.1.5 Spa 176

 6.1.6 Gimnasios..... 178

 6.1.7 Locales culturales 179

6.2 Demanda 181

 6.2.1 ¿Cuál es su género? 182

 6.2.2 ¿Cuál es su edad?..... 182

 6.2.3 ¿Cuál es su origen?..... 183

 6.2.4 ¿Cuál es su ocupación? 184

 6.2.5 ¿Cuál es su ingreso promedio familiar mensual? En soles 185

 6.2.6 ¿Conoce lugares en Chiclayo, donde se realizan actividades de ocio? 185

 6.2.7 ¿Qué tipo de actividades de ocio realiza, usted? 186

 6.2.8 ¿Cuál es su gasto promedio mensual en ocio y esparcimiento? 187

 6.2.9 ¿Con que frecuencia visita lugares de ocio y esparcimiento? 188

 6.2.10 ¿A través de qué medios, usted se informa de los lugares de ocio y esparcimiento? 189

 6.2.11 ¿Con quienes, usted concurre a los locales de ocio?..... 190

6.2.12 ¿Considera usted que el proyecto "Centro de ocio", es una propuesta novedosa para el distrito de Chiclayo?	191
6.2.13 ¿Considera usted que el proyecto "Centro de ocio", es necesario para los pobladores del distrito de Chiclayo?	192
6.2.14 ¿Considera usted que el proyecto "Centro de ocio", es viable económicamente?	192
6.2.15 Debido a la falta de terrenos amplios en el centro del distrito de Chiclayo. ¿Estaría de acuerdo que el centro de ocio se ubique en los alrededores de éste?	193
6.2.16 ¿Por qué está de acuerdo con que se ubique en los alrededores del distrito? Enumere por orden de importancia.....	194
6.2.17 En cuanto a actividades deportivas y de relajación ¿Qué espacios se debería proponer?	195
6.2.18 En cuanto a actividades culturales. ¿Qué ambientes se tendrían?	196
6.2.19 En cuanto a actividades de entretenimiento. ¿Con qué áreas contaría?.....	197
6.2.20 En cuanto a servicios complementarios con los que debería contar este centro. ¿Qué superficies se podrían plantear?	198

CAPÍTULO VII: IDENTIFICACIÓN Y EVALUACIÓN DE ACTIVIDADES Y FUNCIONES DE CENTROS DE OCIO REFERENTES.200

Introducción	201
7.1 San Miguel - Lima	202
7.1.1 Ubicación geográfica	202
7.1.2 Clima	203
7.1.3 Historia	203
7.2 Centro comercial Plaza San Miguel	204
7.2.1 Localización	204
7.2.2 Historia	205
7.2.4 Emplazamiento	206
7.2.5 Entorno urbano	207
7.2.6 Zonificación	208
7.2.7 Circulaciones	213
7.2.8 Sistema estructural	219

7.2.9 Cerramiento y materiales:.....	221
7.2.10 Planos.....	226
7.2.11 Programa arquitectónico.....	228
CAPÍTULO VIII: SÍNTESIS.....	231
8.1 Conclusiones:	232
8.2 Recomendaciones:	242
CAPÍTULO IX: PROGRAMA Y DISEÑO DE UN CENTRO DE OCIO EN EL DISTRITO DE CHICLAYO.	246
9.1 Elección de terreno	247
9.1.1 Evaluación de factores	247
9.1.2 Definición de criterios	248
9.1.3 Macro evaluación de zonas	248
9.1.4 Propuestas de terrenos	249
9.1.5 Elección de terreno.....	252
9.2 El terreno	253
9.2.1 Topografía	254
9.2.2 Entorno urbano.....	254
9.2.3 Accesibilidad.....	255
9.2.4 Normativa/parámetros urbanísticos	256
9.3 Lineamientos:.....	257
9.3.1 Lineamientos de programa	257
9.3.2 Lineamientos de diseño	258
9.4 Programa arquitectónico	260
9.5 Organigramas	265
9.5.1 Organigrama funcional general	265
9.6 Flujogramas	266
9.6.1 Flujograma funcional general.....	266

9.7 Proceso arquitectónico	267
9.7.1 Toma de partido.....	267
9.7.2 Implantación	268
9.7.3 Estrategias proyectuales	270
9.7.4 Zonificación	270
9.7.5 Empaquetamiento.....	272
9.7.6 Sistema constructivo.....	273
9.7.7 Cerramiento	274
9.7.8 Imágenes 3d	275
REFERENCIAS	281
ANEXOS.....	288

INDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO Nº 6.1 Listado de locales de ocio en el distrito de Chiclayo.....	144
GRÁFICO Nº 6.2 Restaurantes: área de terreno promedio, según porcentaje.....	150
GRÁFICO Nº 6.3 Restaurantes: número de pisos promedio, según porcentaje.....	151
GRÁFICO Nº 6.4 Restaurantes: aforo promedio, según porcentaje.....	152
GRÁFICO Nº 6.5 Restaurantes: distancia al centro del distrito promedio, según porcentaje.....	153
GRÁFICO Nº 6.6 Restaurantes: tipo de comida que ofrecen, según porcentaje.....	154
GRÁFICO Nº 6.7 Restaurantes: servicios que ofrecen, según porcentaje.....	155
GRÁFICO Nº 6.8 Restaurantes: tipo de carta, según porcentaje.....	156
GRÁFICO Nº 6.9 Restaurantes: número de mesas, según porcentaje.....	156
GRÁFICO Nº 6.10 Restaurantes: número de mesas, según porcentaje.....	157
GRÁFICO Nº 6.11 Restaurantes: servicios higiénicos, según porcentaje.....	158
GRÁFICO Nº 6.12 Restaurantes: iluminación, según porcentaje.....	159
GRÁFICO Nº 6.13 Restaurantes: ventilación, según porcentaje.....	159
GRÁFICO Nº 6.14 Restaurantes: equipamiento, según porcentaje.....	160
GRÁFICO Nº 6.15 Restaurantes: sistemas de seguridad, según porcentaje.....	161

GRÁFICO Nº 6.16 Discotecas: área de terreno promedio, según porcentaje.....	163
GRÁFICO Nº 6.17 Discotecas: número de pisos promedio, según porcentaje.....	164
GRÁFICO Nº 6.18 Discotecas: aforo promedio, según porcentaje.....	165
GRÁFICO Nº 6.19 Discotecas: distancia al centro del distrito promedio, según porcentaje.....	166
GRÁFICO Nº 6.20 Discotecas: tipos de ingreso, según porcentaje.....	166
GRÁFICO Nº 6.21 Discotecas: ambientes, según porcentaje.....	167
GRÁFICO Nº 6.22 Discotecas: zonas, según porcentaje.....	168
GRÁFICO Nº 6.23 Discotecas: tipo de carta, según porcentaje.....	169
GRÁFICO Nº 6.24 Discotecas: servicios que ofrecen, según porcentaje.....	169
GRÁFICO Nº 6.25 Discotecas: servicios higiénicos, según porcentaje.....	170
GRÁFICO Nº 6.26 Discotecas: iluminación, según porcentaje.....	171
GRÁFICO Nº 6.27 Discotecas: ventilación, según porcentaje.....	172
GRÁFICO Nº 6.28 Discotecas: equipamiento, según porcentaje.....	173
GRÁFICO Nº 6.29 Discotecas: sistemas de seguridad, según porcentaje.....	173
GRÁFICO Nº 6.30 Distribución de género, según porcentaje.....	182
GRÁFICO Nº 6.31 Distribución de edades, según porcentaje.....	183
GRÁFICO Nº 6.32 Origen de la persona, según porcentaje.....	184
GRÁFICO Nº 6.33 Tipo de ocupación, según porcentaje.....	184

GRÁFICO N° 6.34 Ingreso promedio familiar mensual, según porcentaje.....	185
GRÁFICO N° 6.35 Conoce lugares donde se realizan actividades de ocio, según porcentaje.....	186
GRÁFICO N° 6.36 Tipos de actividades de ocio que realizan, según porcentaje.....	187
GRÁFICO N° 6.37 Gasto promedio mensual en ocio y esparcimiento, según porcentaje.....	188
GRÁFICO N° 6.38 Con qué frecuencia visita lugares de ocio y esparcimiento, según porcentaje.....	189
GRÁFICO N° 6.39 Medios de información de los lugares de ocio y esparcimiento, según porcentaje.....	190
GRÁFICO N° 6.40 Con quienes concurre a los locales de ocio, según porcentaje.....	191
GRÁFICO N° 6.41 Considera que el proyecto “Centro de ocio” es una propuesta novedosa para el distrito de Chiclayo, según porcentaje.....	191
GRÁFICO N° 6.42 Estima que el proyecto “Centro de ocio” es necesario para los pobladores del distrito de Chiclayo, según porcentaje.....	192
GRÁFICO N° 6.43 Opina que el proyecto “Centro de ocio” es viable económicamente, según porcentaje.....	193
Gráfico N° 6.44 Está de acuerdo que el centro de ocio se ubique alrededores del distrito de Chiclayo, según porcentaje.....	194
GRÁFICO N° 6.45 Nivel de importancia en la localización del centro de ocio en los alrededores del distrito, según porcentaje.....	195
GRÁFICO N° 6.46 Actividades deportivas y de relajación a proponer, según porcentaje.....	196

GRÁFICO Nº 6.47 Actividades culturales que se tendrían, según porcentaje.....	197
GRÁFICO Nº 6.48 Actividades de entretenimiento con que contaría, según cantidad y porcentaje.....	198
GRÁFICO Nº 6.49 Servicios complementarios que se plantearían en el centro de ocio, según porcentaje.....	199
GRÁFICO Nº 7.1 Línea de tiempo de historia del distrito de San Miguel.....	203
GRÁFICO Nº 7.2 Línea de tiempo de historia de centro comercial Plaza San Miguel.....	205

INDICE DE CUADROS

CUADRO 4.1 División política en provincias y distritos del departamento de Lambayeque.....	103
CUADRO Nº 4.2 Población del distrito de Chiclayo, proyectada al 2021.....	105
CUADRO Nº 5.1 Usos de suelo urbano del distrito de Chiclayo.....	124
CUADRO Nº 5.2 Cuadro resumen de zonificación comercial.....	127
CUADRO Nº 5.3 Chiclayo 2010 - déficit de infraestructura educativa metropolitana.....	129
CUADRO Nº 5.4 Equipamiento urbano del distrito de Chiclayo.....	130
CUADRO Nº 5.5 Total de pasajeros que utilizan los distintos modos de transporte en la ciudad de Chiclayo.....	134
CUADRO Nº 5.6 Listado de empresas de transporte masivo (combis) de Chiclayo.....	135
CUADRO Nº 6.1 Listado de locales de ocio en el distrito de Chiclayo.....	144
CUADRO Nº 6.2 Listado de locales de ocio en el centro comercial Real Plaza.....	147
CUADRO Nº 6.3 Servicios, equipamiento, sistema de seguridad del centro comercial Real Plaza.....	147
CUADRO Nº 6.4 Listado de restaurantes clasificados del distrito de Chiclayo.....	149
CUADRO Nº 6.5 Área de terreno promedio, según cantidad y porcentaje.....	150
CUADRO Nº 6.6 Número de pisos promedio, según cantidad y porcentaje.....	151

CUADRO N° 6.7 Aforo promedio, según cantidad y porcentaje.....	151
CUADRO N° 6.8 Distancia al centro del distrito promedio, según cantidad y porcentaje.....	152
CUADRO N° 6.9 Tipo de comida que ofrecen, según cantidad y porcentaje.....	153
CUADRO N° 6.10 Servicios que ofrecen, según cantidad y porcentaje.....	154
CUADRO N° 6.11 Tipo de carta, según cantidad y porcentaje.....	155
CUADRO N° 6.12 Número de mesas, según cantidad y porcentaje.....	156
CUADRO N° 6.13 Tipos de ingreso, según cantidad y porcentaje.....	157
CUADRO N° 6.14 Servicios higiénicos, según cantidad y porcentaje.....	158
CUADRO N° 6.15 Iluminación, según cantidad y porcentaje.....	158
CUADRO N° 6.16 Ventilación, según cantidad y porcentaje.....	159
CUADRO N° 6.17 Equipamiento, según cantidad y porcentaje.....	160
CUADRO N° 6.18 Sistemas de seguridad, según cantidad y porcentaje.....	161
CUADRO N° 6.19 Listado de discotecas, bares y karaokes del distrito de Chiclayo.....	162
CUADRO N° 6.20 Discotecas: área de terreno promedio, según cantidad y porcentaje.....	163
CUADRO N° 6.21 Discotecas: número de pisos promedio, según cantidad y porcentaje.....	164
CUADRO N° 6.22 Discotecas: aforo promedio, según cantidad y porcentaje.....	164
CUADRO N° 6.23 Discotecas: distancia al centro del distrito promedio, según cantidad y porcentaje.....	165

CUADRO Nº 6.24 Discotecas: tipos de ingreso, según cantidad y porcentaje.....	166
CUADRO Nº 6.25 Discotecas: ambientes, según cantidad y porcentaje.....	167
CUADRO Nº 6.26 Discotecas: zonas, según cantidad y porcentaje.....	168
CUADRO Nº 6.27 Discotecas: tipo de carta, según cantidad y porcentaje.....	168
CUADRO Nº 6.28 Discotecas: servicios que ofrecen, según cantidad y porcentaje.....	169
CUADRO Nº 6.29 Discotecas: servicios higiénicos, según cantidad y porcentaje.....	170
CUADRO Nº 6.30 Discotecas: iluminación, según cantidad y porcentaje.....	171
CUADRO Nº 6.31 Discotecas: ventilación, según cantidad y porcentaje.....	171
CUADRO Nº 6.32 Discotecas: equipamiento, según cantidad y porcentaje.....	172
CUADRO Nº 6.33 Discotecas: sistemas de seguridad, según cantidad y porcentaje.....	173
CUADRO Nº 6.34 Listado de centros y canchas deportivas del distrito de Chiclayo.....	174
CUADRO Nº 6.35 Características de centros y canchas deportivas del distrito de Chiclayo.....	175
CUADRO Nº 6.36 Listado spa del distrito de Chiclayo.....	176
CUADRO Nº 6.37 Características de los spa del distrito de Chiclayo.....	177
CUADRO Nº 6.38 Listado de gimnasios del distrito de Chiclayo.....	178

CUADRO Nº 6.39	Características de gimnasios del distrito de Chiclayo.....	179
CUADRO Nº 6.40	Listado de gimnasios del distrito de Chiclayo.....	180
CUADRO Nº 6.41	Distribución de género de encuestados, según cantidad y porcentaje.....	182
CUADRO Nº 6.42	Distribución de edades, según cantidad y porcentaje.....	183
CUADRO Nº 6.43	Origen de la persona, según cantidad y porcentaje.....	183
CUADRO Nº 6.44	Tipo de ocupación, según cantidad y porcentaje.....	184
CUADRO Nº 6.45	Ingreso promedio familiar mensual, según cantidad y porcentaje.....	185
CUADRO Nº 6.46	Conoce lugares donde se realizan actividades de ocio, según cantidad y porcentaje.....	186
CUADRO Nº 6.47	Tipos de actividades de ocio que realizan, según cantidad y porcentaje.....	183
CUADRO Nº 6.48	Gasto promedio mensual en ocio y esparcimiento, según cantidad y porcentaje.....	187
CUADRO Nº 6.49	Con qué frecuencia visita lugares de ocio y esparcimiento, según cantidad y porcentaje.....	188
CUADRO Nº 6.50	Medios de información de los lugares de ocio y esparcimiento, según cantidad y porcentaje.....	189
CUADRO Nº 6.51	Con quienes concurre a los locales de ocio, según cantidad y porcentaje.....	190

CUADRO Nº 6.52 Considera que el proyecto “Centro de Ocio” es una propuesta novedosa para el distrito de Chiclayo, según cantidad y porcentaje.....	191
CUADRO Nº 6.53 Piensa que el proyecto “Centro de Ocio” es necesario para los pobladores del distrito de Chiclayo, según cantidad y porcentaje.....	192
CUADRO Nº 6.54 Opina que el proyecto “Centro de Ocio” es viable económicamente, según cantidad y porcentaje.....	193
CUADRO Nº 6.55 Está de acuerdo que el centro de ocio se ubique en los alrededores del distrito de Chiclayo, según cantidad y porcentaje.....	193
CUADRO Nº 6.56 Nivel de importancia en la ubicación del centro de ocio en los alrededores del distrito, según porcentaje.....	194
CUADRO Nº 6.57 Actividades deportivas y de relajación a proponer, según cantidad y porcentajes.....	195
CUADRO Nº 6.58 Actividades culturales a proponer, según cantidad y porcentaje.....	196
CUADRO Nº 6.59 Actividades de entretenimiento a proponer, según cantidad y porcentaje.....	197
CUADRO Nº 6.60 Servicios complementarios con los que debería contar el centro de ocio, según cantidad y porcentaje.....	198
CUADRO Nº 7.1 Características generales del centro comercial Plaza San Miguel.....	206
CUADRO Nº 7.2 Cuadro de áreas de primer nivel – centro comercial Plaza San Miguel.....	228
CUADRO Nº 7.3 Cuadro de áreas de segundo nivel – centro comercial Plaza San Miguel.....	228
CUADRO Nº 7.4 Cuadro de áreas de tercer nivel – centro comercial Plaza San Miguel.....	229

CUADRO N° 7.5 Cuadro de áreas de sótano 01 – centro comercial Plaza San Miguel.....	229
CUADRO N° 7.6 Cuadro de áreas de sótano 01, 02, 03 y 04 – centro comercial Plaza San Miguel.....	229
CUADRO N° 7.7 Cuadro de áreas resumen – centro comercial Plaza San Miguel.....	230
CUADRO N° 9.1 Valor de puntuación de factores.....	252
CUADRO N° 9.2 Valor de puntuación de terrenos.....	252

INDICE DE FIGURAS

FIGURA Nº 4.1 División política del departamento de Lambayeque.....	103
FIGURA Nº 4.2 División política de la provincia de Chiclayo.....	104
FIGURA Nº 6.1 Esquema de distribución del centro comercial Real Plaza.....	148
FIGURA Nº 7.1 Mapa del distrito de San Miguel, Lima.....	202
FIGURA Nº 7.2 Plano de localización de centro comercial Plaza San Miguel.....	204
FIGURA Nº 7.3 Emplazamiento de C.C. Plaza San Miguel.....	207
FIGURA Nº 7.4 Entorno urbano de C.C. Plaza San Miguel.....	208
FIGURA Nº 7.5 Zonificación de sótano 1 - C.C. Plaza San Miguel.....	211
FIGURA Nº 7.6 Zonificación de primer nivel - C.C. Plaza San Miguel.....	212
FIGURA Nº 7.7 Zonificación de segundo nivel - C.C. Plaza San Miguel.....	212
FIGURA Nº 7.8 Zonificación de tercer nivel - C.C. Plaza San Miguel.....	213
FIGURA Nº 7.9 Circulaciones del sótano- C.C. Plaza San Miguel.....	217
FIGURA Nº 7.10 Circulaciones de primer nivel - C.C. Plaza San Miguel.....	218
FIGURA Nº 7.11 Circulaciones de segundo nivel - C.C. Plaza San Miguel.....	218
FIGURA Nº 7.12 Circulaciones de tercer nivel - C.C. Plaza San Miguel.....	219
FIGURA Nº 7.13 Sistema estructural primer nivel - C.C. Plaza San Miguel.....	219

FIGURA N° 7.14	Plano sótano 01 - C.C. Plaza San Miguel.....	226
FIGURA N° 7.15	Plano primer nivel - C.C. Plaza San Miguel.....	227
FIGURA N° 7.16	Plano segundo nivel - C.C. Plaza San Miguel.....	227
FIGURA N° 7.17	Plano tercer nivel - C.C. Plaza San Miguel.....	228
FIGURA N° 9.1	Evaluación de zonas para propuestas de terrenos.....	248
FIGURA N° 9.2	Terreno N° 01.....	250
FIGURA N° 9.3	Terreno N° 02.....	250
FIGURA N° 9.4	Terreno N° 03.....	251
FIGURA N° 9.5	Terreno N° 04.....	251
FIGURA N° 9.6	Topografía del terreno.....	254
FIGURA N° 9.7	Entorno urbano del terreno.....	255
FIGURA N° 9.8	Accesibilidad del terreno.....	256
FIGURA N° 9.9	Toma de partido del proyecto.....	267
FIGURA N° 9.10	Implantación del proyecto.....	268
FIGURA N° 9.11	Zonificación del proyecto.....	270
FIGURA N° 9.12	Empaquetamiento 1er y 2do nivel.....	271
FIGURA N° 9.13	Empaquetamiento 3er y 4to nivel.....	271
FIGURA N° 9.14	Vista de plaza de ingreso y bloque de cine.....	273
FIGURA N° 9.15	Vista de ingreso de lado izquierdo.....	273
FIGURA N° 9.16	Vista de ingreso de lado derecho.....	274
FIGURA N° 9.17	Vista de zona deportiva y bloque de ocio.....	274
FIGURA N° 9.18	Vista de bloque de bowling y karaoke, desde segundo nivel.....	275

FIGURA N° 9.19	Vista zona deportiva y bloques de ocio.....	275
FIGURA N° 9.20	Vista de zona de mesas.....	275
FIGURA N° 9.21	Vista de plaza central desde segundo nivel.....	275
FIGURA N° 9.22	Vista desde hall de zona deportiva.....	275
FIGURA N° 9.23	Vista exterior de zona deportiva y bloque de spa.....	275
FIGURA N° 9.24	Vista exterior de bloques de ocio.....	275
FIGURA N° 9.25	Vista de zona deportiva en el tercer piso.....	275

INDICE DE LÁMINAS

LÁMINA N° 01	Línea de tiempo del ocio.....	50
LÁMINA N° 02	Centro de ocio Equinoccio Park.....	53
LÁMINA N° 03	Centro comercial y de ocio Marina Finestrat.....	54
LÁMINA N° 04	Centro de ocio Heron City.....	55
LÁMINA N° 05	Centro de ocio Panoramis.....	56
LÁMINA N° 06	Centro comercial Plaza San Miguel.....	57
LÁMINA N° 07	Centro comercial Larcomar.....	58
LÁMINA N° 08	Dinámica urbana - distrito Chiclayo.....	108
LÁMINA N° 09	Clima - distrito Chiclayo.....	111
LÁMINA N° 10	Hidrografía y topografía - distrito Chiclayo.....	113
LÁMINA N° 11	Clasificación de usos de suelo - distrito Chiclayo.....	115
LÁMINA N° 12	Seguridad físico ambiental - distrito Chiclayo.....	120
LÁMINA N° 13	Usos de suelos - distrito Chiclayo.....	125
LÁMINA N° 14	Zonificación - distrito Chiclayo.....	128
LÁMINA N° 15	Equipamiento- distrito Chiclayo.....	131
LÁMINA N° 16	Sistema vial - distrito Chiclayo.....	133
LÁMINA N° 17	Transporte urbano - distrito Chiclayo.....	136
LÁMINA N° 18	Servicios básicos (agua) - distrito Chiclayo.....	139
LÁMINA N° 19	Servicios básicos (alcantarillado) - distrito Chiclayo.....	140
LÁMINA N° 20	Servicios básicos (luz) - distrito Chiclayo.....	141
LÁMINA N° 21	Oferta de ocio - distrito Chiclayo.....	145
LÁMINA N° 22	Plano de fotos.....	220

INDICE DE FOTOS

FOTO N° 7.1 Tiendas comerciales - C.C. Plaza San Miguel.....	209
FOTO N° 7.2 Vista exterior de Cineplanet y Coney Park - C.C. Plaza San Miguel.....	209
FOTO N° 7.3 Zona financiera - C.C. Plaza San Miguel.....	210
FOTO N° 7.4 Plaza principal y plaza de zona de comidas - C.C. Plaza San Miguel.....	210
FOTO N° 7.5 Estacionamiento de sótano 01 - C.C. Plaza San Miguel.....	211
FOTO N° 7.6 Ingreso principal de Av. la Marina - C.C. Plaza San Miguel.....	213
FOTO N° 7.7 Ingreso desde calle Mantaro - C.C. Plaza San Miguel.....	214
FOTO N° 7.8 Ingreso desde Av. Universitaria - C.C. Plaza San Miguel.....	214
FOTO N° 7.9 Ingreso desde Av. Riva Agüero - C.C. Plaza San Miguel.....	214
FOTO N° 7.10 Escaleras en ingreso principal - C.C. Plaza San Miguel.....	215
FOTO N° 7.11 Escaleras mecánicas internas - C.C. Plaza San Miguel.....	215
FOTO N° 7.12 Escalera integradas en calle Mantaro - C.C. Plaza San Miguel.....	216
FOTO N° 7.13 Escalera y ascensores en plaza principal - C.C. Plaza San Miguel.....	216
FOTO N° 7.14 Ascensores internos en pasadizo - C.C. Plaza San Miguel.....	216
FOTO N° 7.15 Ascensores al costado de Ripley - C.C. Plaza San Miguel.....	217
FOTO N° 7.16 Vista exterior de Ripley - C.C. Plaza San Miguel.....	221

FOTO N° 7.17 Vista exterior de Saga Falabella - C.C. Plaza San Miguel.....	221
FOTO N° 7.18 Vista exterior de Wong - C.C. Plaza San Miguel.....	222
FOTO N° 7.19 Vista exterior de galerías hacia Ca. Mantaro - C.C. Plaza San Miguel.....	222
FOTO N° 7.20 Vista de galerías internas lado este - C.C. Plaza San Miguel.....	223
FOTO N° 7.21 Vista de galerías internas lado oeste - C.C. Plaza San Miguel.....	223
FOTO N° 7.22 Vista exterior de Cineplanet - C.C. Plaza San Miguel.....	224
FOTO N° 7.23 Vista exterior de Outlet - C.C. Plaza San Miguel.....	224
FOTO N° 7.24 Vista exterior de zona financiera - C.C. Plaza San Miguel.....	225
FOTO N° 7.25 Cerramiento y barandas- C.C. Plaza San Miguel.....	225
FOTO N° 7.26 Coberturas livianas- C.C. Plaza San Miguel.....	226

INDICE DE ANEXOS

ANEXO N° 01 Población por edades, según censo 1981, 1993, 2007 y proyecciones al 2021.....	281
ANEXO N° 02 Ficha informativa de restaurantes.....	282
ANEXO N° 03 Ficha informativa de discotecas, bares y karaokes.....	283
ANEXO N° 04 Ficha informativa de canchas y centros deportivos.....	284
ANEXO N° 05 Ficha informativa de spa.....	285
ANEXO N° 06 Ficha informativa de gimnasio.....	286
ANEXO N° 07 Encuesta aplicada "Centro de Ocio" en el distrito de Chiclayo".....	287
ANEXO N° 08 Entrevista a Sr. Giorgio Gran Luppi - administrador de Bar Castello.....	289
ANEXO N° 09 Entrevista a Sra. Angélica Solis - administradora de Fiesta Restaurante Gourmet.....	293
ANEXO N° 10 Entrevista a Sr. Gandhi Velásquez Santiesteban – asistente administrativo de Cineplanet.....	296
ANEXO N° 11 Parámetros urbanísticos de terreno.....	299
ANEXO N° 12 Memoria descriptiva.....	300

AGRADECIMIENTO

A Dios por estar siempre a mi lado en los buenos y malos momentos, y por permitirme llegar a ser profesional en esta vida.

A mis padres por todo el apoyo otorgado durante mis años de estudio y la elaboración de esta tesis; por motivarme a ser una mejor profesional y sobre todo una gran persona.

A todas las personas que me brindaron su apoyo incondicional en la elaboración de esta investigación, que tiene como fin dar solución a uno de los problemas actuales de los pobladores del distrito, que es el ocio.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene como propósito el diseño de un centro de ocio para el distrito de Chiclayo, que brinde a los pobladores un espacio con diversas alternativas de distracción para su tiempo libre.

La idea de proponer un centro de ocio, surge debido a la inexistencia de infraestructura de entretenimiento en el distrito, el cual viene creciendo progresivamente, centrando su actividad económica en el comercio; por lo que, deja de lado los espacios de ocio y esparcimiento, los cuales actualmente se han convertido en una necesidad de todas las personas.

La problemática en nuestro distrito es que si bien existen algunos locales de ocio, estos son escasos, se encuentran dispersos y no brindan las comodidades y servicios necesarios para el confort de los usuarios.

El proyecto fue ubicado en el lado suroeste de los alrededores del distrito de Chiclayo, debido a la disponibilidad de terrenos y ser una zona que se encuentra consolidándose por crecimiento del mismo; el tamaño del terreno nos permite proponer diversos y amplios espacios que serán complementados con plazas y áreas verdes.

Los lineamientos del diseño del proyecto fueron obtenidos de la investigación y análisis realizado, tales como: diagnóstico urbano, las características de la oferta existente en el distrito, demanda de los pobladores y ejemplos análogos de este tipo; teniendo en cuenta principalmente las necesidades de los usuarios, obtenidas de las respuestas de la población en el análisis de la muestra.

Esta tesis tendrá como resultado, satisfacer la carencia y necesidad de infraestructura de ocio en el distrito de Chiclayo, haciendo del diseño un aporte al distrito, que brinde a los pobladores la alternativa de contar con un espacio donde poder disfrutar de su tiempo libre.

ABSTRACT

The objective of this thesis is to design a leisure center for the district of Chiclayo, which offers the inhabitants a space with alternatives for distraction for their free time.

The idea of proposing a leisure center arises due to the lack of entertainment infrastructure in the district, which is progressively growing, focusing its economic activity on trade; so it leaves aside the leisure and entertainment spaces, which currently have become a necessity for all people.

The problem in our district is that although there are some entertainment venues, these are scarce, scattered and do not provide the comforts and services necessary for the comfort of users.

The project was located on the southwest side of the surroundings of the Chiclayo district, due to the availability of land and to being an area that is consolidating due to its growth; the size of the land allows us to propose diverse and wide spaces that will be complemented with squares and green areas.

The guidelines of the design of the project were obtained from the research and analysis carried out, such as: urban diagnosis, the characteristics of the existing supply in the district, demand from the residents and analogous examples of this type; taking into account mainly the needs of the users, obtained from the responses of the population in the analysis of the sample.

This thesis will have as a result, satisfy the lack and need of leisure infrastructure in the Chiclayo district, making the design a contribution to the district, which provides the inhabitants the alternative of having a space where they can enjoy their free time.

INTRODUCCIÓN

El propósito de esta tesis es plantear un centro que albergue diversas actividades de entretenimiento para los pobladores, mediante la propuesta de un centro de ocio en el distrito de Chiclayo.

Está dividida en nueve capítulos. El primer capítulo, presenta el planteamiento del problema, donde se desarrollaran los aspectos preliminares que sirven para comprender mejor el problema: situación problemática, definición del problema, objetivo general y específicos e hipótesis.

En el segundo capítulo, se expone el marco teórico; los antecedentes de la investigación, precedentes históricos, referentes de la investigación, bases teóricas, definiciones básicas conceptuales y normativa.

En el tercer capítulo, se precisa la metodología; los materiales, equipos, métodos y técnicas que se emplearon para el desarrollo de la tesis.

En el cuarto capítulo, se describe el análisis físico natural del distrito de Chiclayo, (ubicación, división política, demografía y potencialidades), dinámica urbana, clima, hidrografía y topografía, recursos naturales, clasificación de usos de suelo y seguridad físico ambiental.

En el quinto capítulo, se explica el diagnóstico físico urbano, donde se identificó usos de suelos, zonificación, equipamiento, sistema vial, transporte urbano y servicios básicos. Tanto el cuarto como el quinto capítulo demandaron la visita in situ y la verificación de la información, definiéndose como muestra de estudio 2,727 has. de terreno.

El sexto capítulo, consolida el análisis de la oferta y demanda de locales de ocio en el distrito de Chiclayo. La oferta que incluye restaurantes, discotecas bares y karaokes, canchas deportivas, spa, gimnasios y locales culturales; presenta las características de la oferta se da a través de: área, número de pisos, aforo, distancia al centro del distrito, tipo de comida de restaurantes, servicios que ofrece, tipos de carta, número de mesas, tipos de ingreso, ambientes, zonas, servicios higiénicos, iluminación, ventilación y

visuales, equipamiento y seguridad. Los datos utilizados proceden de fuentes primarias como visitas a la edificación, fichas de observación de campo, entrevistas con personal de los locales.

La demanda se presenta en base al análisis de género, edad, origen, ocupación, ingreso promedio familiar, lugares y actividades de ocio que visita y realiza, gasto promedio en estas actividades, frecuencia con que visita estos lugares, medios por los que se informa sobre el tema, con quienes concurre, considera el centro de ocio una propuesta novedosa, necesaria y viable para el distrito de Chiclayo, estaría de acuerdo con que el terreno se ubique en los alrededores del distrito, que actividades deportivas, de relajación, culturales, de entretenimiento y servicios complementarios se deben proponer.

En el séptimo capítulo se identifican y evalúan las actividades y funciones de un centro de ocio referente. Se estudia el Centro Comercial Plaza San Miguel, analizando su localización, historia, características generales, emplazamiento, entorno urbano, zonificación, circulaciones, sistema estructural, cerramiento, materiales, planos y programa arquitectónico.

En el octavo capítulo, se exponen las conclusiones finales y recomendaciones, que nos permitirán determinar los lineamientos de programa.

En el noveno capítulo, se propone el programa y diseño de un centro de ocio en el distrito de Chiclayo. Se muestra la propuesta de terreno, lineamientos de programa, toma de partido y diseño del proyecto.

En la última parte, se encuentran las fuentes de información y anexos.

CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Identificación del problema.

"En la actualidad, el ocio se plantea como un problema general dentro de la cultura contemporánea. Aparece en el corazón de la cultura vivida por millones de trabajadores y está ligado por relaciones sutiles y profundas con todos los grandes problemas del trabajo, de la familia o de la política" (Fundación FOESSA, 1976, p.1028).

En la antigüedad, y aún en la era industrial, la jornada laboral era excesiva, extendiéndose tanto las horas de trabajo, que a las personas no les quedaba tiempo más que para dormir. Durante la revolución industrial, miles de trabajadores lucharon porque se respetaran sus derechos y se les otorgara beneficios sociales, logrando que la cantidad de horas de trabajo se redujeran considerablemente. Hoy, la mayoría de las actividades laborales tienen establecida una jornada legal de trabajo, esto debido a que al final de la Segunda Guerra Mundial, reunida la mayor parte de los países del mundo, la UNESCO (1948) suscribió la Declaración Universal de los Derechos Humanos¹, que prescribe que "Toda persona tiene derecho al descanso, al disfrute del tiempo libre, a una limitación razonable de la duración del trabajo y a vacaciones periódicas pagadas".

El avance de la tecnología tiene como consecuencia el aumento de la producción con un menor tiempo de trabajo de las personas, lo que ha provocado un "tiempo libre obligado" cada vez mayor y por ende un espacio temporal a "llenar" que antes estaba ocupado por el trabajo. Esta disponibilidad de tiempo hace que el individuo se plantee cubrir otras necesidades que van más allá de la mera subsistencia: crecimiento personal, cuidado del cuerpo, viajar, contacto con la naturaleza, etc. Para la persona que vive en una sociedad industrializada² la facultad de usar el ocio es

¹ **Declaración Universal de los Derechos Humanos:** fue proclamada por la Asamblea General de las Naciones Unidas en París, el 10 de diciembre de 1948, como un ideal común para todos los pueblos y naciones. La Declaración establece, por primera vez, los derechos humanos fundamentales que deben protegerse en el mundo entero.

² **Sociedad industrializada:** es la sociedad donde la productividad fue el valor más deseado, siendo cada individuo un engranaje del sistema que reclamaba producir mayor cantidad de mercancía posible en menor lapso de tiempo.

limitada; este tipo de persona teme el ocio porque lo enfrenta consigo mismo y trata de mantener su tiempo libre ocupado con asuntos que lo evaden de una realidad que le estresa y desagrada. (Muñoz, 2012).

No obstante, al gozar de una mayor disponibilidad de tiempo y no tener alternativas recreativas donde poder emplearlo, desarrollando actividades que sean saludables para las personas, muchos optan ir por el lado menos demandante, adquiriendo vicios dañinos para la salud física y psicológica: drogas, alcohol, parrandas, pandillas, entre otros. Este es un gran problema que ha surgido a nivel mundial y por lo cual en la actualidad la industria del ocio viene proponiendo diversas opciones de recreación, en las que los pobladores de una localidad se convierten en consumidores pasivos.

Entonces, lo que caracteriza al ocio actual, es su objetivo de servicio, que lo convierte en un derecho de todos los ciudadanos; eso quiere decir que el ocio ha dejado de ser un fenómeno individual para convertirse en una iniciativa y responsabilidad colectiva. La evolución del ocio ha variado enormemente para gran parte de la sociedad, su democratización³ cada vez más extendida, su consideración como derecho innegable de toda persona y su accesibilidad junto con el afán cada vez mayor de los empresarios, para dar solución a la demanda de alternativas de ocio, es una realidad patente de la que estamos gozando la mayoría de las personas.

En España, hasta el año 2000, el comercio en los centros comerciales representaba en torno al 75% de la oferta total. Si bien a partir de este año, las grandes superficies empiezan a otorgar un mayor peso específico al ocio, incorporando un mayor número de locales de entretenimiento personal y social, apareciendo formatos basados principalmente en el ocio (cines, restauración, pubs, ocio familiar y entretenimiento) como es el caso de centro de ocio Heron City en Valencia y Panoramis en Alicante, donde el contenido comercial solo pasa a suponer un 30% del conjunto de la oferta. Por otro lado, el conjunto de las nuevas superficies comerciales incluyen complejos

³ **Democratización:** es un proceso de desarrollo de las instituciones sociales liberales que conducen al fortalecimiento de la sociedad civil, resguardo de los derechos humanos básicos y la disminución de las desigualdades socioeconómicas.

cinematográficos con más de 10 salas y un contenido en ocio que representa una media del 30% de la oferta total. Así mismo durante el año 2003, las grandes superficies también han empezado a incorporar grandes espacios de entretenimiento juvenil como boleras y centros recreativos (Century Fun) con el fin de atraer al público más joven a sus instalaciones que aún dispone de un alto presupuesto para gastar en restaurantes y tiendas del centro. Además, podemos afirmar que la tendencia actual de los centros comerciales va encaminada a incorporar locales de ocio como principal atractivo de demanda para los visitantes y no como en la década de los 80 donde el elemento locomotor de los centros comerciales estaba representado por el hipermercado. Hoy en día, comprar se considera una forma de disfrutar el tiempo libre; en los centros comerciales se realizan compras, se puede cenar, ver una película y hasta tomar una copa, tratando así los complejos comerciales de incorporar cualquier espacio de ocio en sus instalaciones. Y si a eso le sumamos el papel social que ejercen los centros comerciales en nuestra sociedad como punto de encuentro de los jóvenes y familias en su tiempo libre, es normal que las grandes superficies comerciales han respondido incrementando el contenido en ocio de sus centros, con el fin de satisfacer estas necesidades y captar más consumo. (Consultores de investigación de Mercado, 2003, p.164-167)

Por lo antes expuesto, está sucediendo que los centros comerciales son los principales lugares que ofrecen alternativas de ocio limitadas, y que algunos de estos poseen características de los centros de ocio como son: funcionar como un punto de encuentro de personas y ser un lugar donde se puedan realizar diversas actividades de entretenimiento; sin embargo, los centros comerciales tienen como actividad principal "comprar", mientras que en los centros de ocio, ésta es sólo una actividad complementaria. En el mundo, estos centros presentan mayor porcentaje de opciones recreativas que permite a los pobladores escaparse de la vida rutinaria de trabajo, tales como: cine, juegos mecánicos, bowling, pista de karting, minigolf, pista de hielo para patinaje o para esquiar, piscinas, gimnasios, canchas deportivas, spa, discotecas, bares, juegos de mesa, entre otros.

Gonzales (s.f), afirma que no podemos sacar al ocio del contexto del ciclo producción-consumo, la industria de este es muy importante. Es una inversión de tiempo y dinero que se ha convertido en motor importante de la economía. En general, el ocio es una actividad de consumo, está integrada en el sistema económico y le da un gran soporte. En el mundo del ocio y la recreación compramos vivencias y experiencias personales, pagamos y abonamos cantidades económicas muy significativas para obtener momentos temporales de satisfacciones personales, de evasión y expansión.

Un centro de ocio es un lugar donde dar una respuesta social y económica a una necesidad de ocupación de un tiempo que queremos dedicarlo al esparcimiento, a actividades con amigos o solos, de tipo cultural o deportivas, escuchando música o tomando una copa.

Nuestro país aún no cuenta con un centro de ocio como tal, pero en los centros comerciales como son: Larcomar, Mega Plaza, Jockey Plaza, Royal Plaza, entre otros, se vienen incluyendo actividades de ocio con el fin de atraer a más usuarios; tal es el caso, que en la gran mayoría de estos encontramos salas de cine, juegos mecánicos (Coney Park, Happyland, Divercity), gimnasio, spa, discoteca, pub y otros; algunos de ellos cuentan inclusive con bowling, casinos, teatros y salas de convenciones. Aparte de los centros comerciales, existen diversos lugares independientes donde se pueden desempeñar actividades de ocio como son: restaurantes campestres, play land park, aquapark, teatros, discotecas, spa, gimnasios, entre otros.

Chiclayo, una ciudad situada en la costa norte del Perú, ocupada por 757,452 habitantes y con una población flotante aproximada de 400,000 personas, debido a su carácter comercial y turístico; es una de las áreas urbanas más importantes del país, ya que se ha convertido en eje mercantil, eje de una red de caminos que une pueblos de las tres regiones y principal centro turístico del norte del país.

El distrito de Chiclayo, que alberga el mayor porcentaje de la población total de la provincia (260,948 habitantes) y tiene una ubicación estratégica por estar situado geográficamente en el centro de la misma, resulta ser el distrito

más concurrido y altamente comercial; pero carece de espacios de ocio que permitan desempeñar diversas actividades recreativas en un mismo sitio; sólo cuenta con áreas que ofrecen algunas alternativas de ocio como: el centro comercial Real Plaza con cine, juegos mecánicos, restaurantes, discotecas, bares, tiendas, y otros espacios independientes distribuidos en el distrito; muchos de estos se encuentran mal acondicionados, tienen un servicio deficiente, una mala ubicación, no brindan servicio de estacionamiento, carecen de seguridad y son insuficientes para satisfacer la demanda actual. Por lo tanto, es de suma importancia que se proponga la construcción e implementación de un centro de ocio, que contenga variedad de estas instalaciones en un solo lugar y sea destinado a los pobladores de las diversas edades, brindando una mejor alternativa al poblador de poder disfrutar al máximo su tiempo libre en familia o con amigos.

Debido a la problemática antes expuesta y teniendo en cuenta que el distrito de Chiclayo congrega a cientos de personas, tanto de diversos lugares del país como extranjeros, los que llegan con fines comerciales, culturales y turísticos; lo convierte en el lugar ideal para desarrollar propuestas de esparcimiento y ocio que proporcionen a los pobladores, espacios físicos adecuados para tales fines con diversos servicios complementarios que garanticen la calidad, el confort y la eficiencia de las mismas, con el único propósito de transportar a los usuarios a un estado de satisfacción e integridad que facilite la evolución, el crecimiento personal y su desarrollo como ser social.

1.2. Definición del problema

Conociendo la realidad actual, donde la tecnología está avanzando cada vez más y está generando menos horas de trabajo y más tiempo libre, surge la necesidad de que, tanto empresarios como políticos busquen satisfacer las distintas demandas de tiempo libre de los pobladores del distrito de Chiclayo, proponiendo nuevas y diversas alternativas de ocio. Todo esto

nos lleva a la necesidad de plantear el problema de investigación de la siguiente manera:

¿El estudio de las condiciones de esparcimiento de los pobladores del distrito de Chiclayo permitirá realizar el diseño de un centro de ocio, para mejorar el uso del tiempo libre de los pobladores del distrito y satisfacer la demanda adecuadamente?

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo general

Realizar el diseño arquitectónico de un centro de ocio en el distrito de Chiclayo, con el estudio de las condiciones de esparcimiento de los pobladores; el cual será el centro de convergencia de actividades de ocio y recreación, además de ofrecer un escenario para interrelaciones sociales y eventos dirigidos a los pobladores que buscan una alternativa diferente en su tiempo libre.

1.3.2 Objetivos específicos

- Evaluar el estado físico-natural del clima, condiciones de seguridad física y contaminación ambiental del distrito de Chiclayo.
- Diagnosticar el medio físico-urbano como son: usos de suelos, zonificación, equipamiento, vialidad, transporte urbano, e infraestructura de servicios públicos en el distrito de Chiclayo.
- Estudiar la oferta y demanda de un centro de ocio en el distrito de Chiclayo.
- Identificar y evaluar las diversas actividades y funciones de un centro de ocio referente, con el fin de proponer un mejor programa arquitectónico aplicado a la realidad urbana del distrito de Chiclayo.
- Programar y diseñar un centro de ocio en el distrito de Chiclayo.

1.4 Hipótesis

El diseño de un centro de ocio en el distrito de Chiclayo es posible mediante el estudio de las condiciones de esparcimiento de los pobladores, que signifique una nueva inversión para la municipalidad de la provincia y empresas privadas, y contribuya a mejorar el uso del tiempo libre.

Variable independiente: el diseño de un Centro de ocio

Variable dependiente: el estudio del esparcimiento de los pobladores del distrito de Chiclayo

CAPITULO II. MARCO TEÓRICO

Introducción

Con la finalidad de brindar un marco inicial del proyecto y tener una fuente de conocimientos básicos que nos permitan entender el funcionamiento de los centros de ocio. Se estudiarán un conjunto de aportes teóricos y trabajos realizados sobre el objeto en estudio. Este capítulo contiene 4 subcapítulos, que a continuación se describen:

Primero, el marco referencial incluye: antecedentes de la investigación donde se presentan tesis con temas similares al propuesto, con el fin de entender diversos planteamientos de la problemática de acuerdo al contexto en el que se desenvuelven; precedente histórico que describe la evolución a través de la historia, de cómo era empleado el ocio y por quienes, en las diferentes épocas, y cómo a medida que nos acercamos a la edad contemporánea han ido surgiendo los centros de ocio, dejando de formar parte de los centros comerciales; y finalmente, referentes de la investigación, que presenta los ejemplos análogos de centros de ocio a nivel internacional y nacional, los que se encuentran resumidos en fichas que detallan contexto y entorno urbano, ubicación, zonificación y funcionamiento, planos y locales existentes que contienen.

Segundo, las bases teóricas, que han sido elegidas para ser aplicadas al proyecto, de modo que permitan desarrollar un mejor diseño del mismo.

Tercero, el marco conceptual donde se conceptualizan cada uno de los términos que utilizaremos en el desarrollo de este trabajo de investigación, conceptos que permiten entender ambientes, características y funciones de elementos que contiene un centro de ocio.

Por último, el marco normativo, que indica las diferentes normativas a considerar para el diseño del proyecto.

Todo el contenido antes expuesto, se toma en cuenta para plantear las diversas actividades que se desarrollarán en el proyecto, el diseño de los espacios y el correcto funcionamiento de los mismos.

2.1 Marco referencial

2.1.1. Antecedentes de la Investigación

Las tesis que se describen a continuación, plantean propuestas arquitectónicas de ocio ubicadas en diferentes contextos y realizadas por causas distintas, todas con el mismo fin: que los pobladores hagan uso adecuado de su tiempo libre.

En primer lugar, “**Centro de ocio y comercio para la ciudad del Cusco - Plaza Santa Ana**”, presentada en la Universidad Ricardo Palma de Lima, en nuestro país; es un ente arquitectónico ubicado en el centro histórico de la ciudad de Cusco, que ofrece una mixtura de espacios que le permitirán ser el centro de convergencia de actividades de comercio, entretenimiento y cultura, sirviendo como escenario para interrelaciones sociales entre los usuarios, y eventos dirigidos a turistas y ciudadanos que buscan una alternativa diferente en su tiempo libre.

En segundo lugar, “**Centro de ocio, entretenimiento y diversión para la ciudad de Chiclayo**”, publicada en la Universidad Pedro Ruíz Gallo de Lambayeque, en Perú; propone una infraestructura con lugares de descanso, reunión y esparcimiento en la ciudad de Chiclayo, que englobe variedad de servicios y sana diversión; aprovechando que ésta congrega a miles de personas nacionales y extranjeros que llegan con fines comerciales, culturales y turísticos.

En el tercer lugar, “**Parque de ocio - recuperación edificio Los Teatros**”, realizada en la Universidad de Chile; es una propuesta de recuperación de un antiguo teatro ubicado en el centro de la ciudad, cambiándose su función con actividades destinadas al ocio, recreación y deporte, insertándose dentro de las dinámicas diarias en las que el usuario pueda participar de éstas de acuerdo a su disponibilidad de tiempo, a fin de recuperar las energías físicas y mentales desgastadas por el trabajo.

Los trabajos de investigación descritos anteriormente, permiten justificar el tema propuesto y brindan diversos aportes para el desarrollo del mismo tanto a nivel teórico como de diseño.

2.1.1.1 “CENTRO DE OCIO Y COMERCIO PARA LA CIUDAD DEL CUSCO - PLAZA SANTA ANA”. (Aragón e Inchaustegui, 2006)

➤ Introducción

Consiste en el diseño de un equipamiento comercial donde prevalecen las actividades de entretenimiento y se encuentra ubicado en un terreno no edificado del Centro Histórico de la ciudad de Cusco, en el barrio de Santa Ana; tiene como usuarios tanto a cusqueños como turistas, a quienes ofrece una mixtura de espacios (multicines, casino, discoteca, patio de comidas, restaurantes, galería de artesanías y réplicas, gimnasio, patio multieventos), proporcionándoles un recinto confortable, salubre, organizado, seguro, que optimice la oferta comercial y de servicios que actualmente existen en el Cusco.

Pretenden realizar un proyecto coherente y responsable con el entorno urbano tradicional en el que se encuentra, por lo cual han realizado una serie de estudios y análisis del mismo, que se desarrollan en dos de los cinco capítulos que contiene la tesis; proponiendo así un ente arquitectónico propicio para los usuarios, rentable para los inversionistas y sobre todo que no rompa con el esquema del centro histórico de la ciudad.

➤ Problema

La problemática principal de esta tesis es la falta de alternativas de entretenimiento en la ciudad de Cusco, a esto se le añade las potencialidades que tiene esta ciudad y que hacen factible la propuesta, como son: existencia de un público potencial, ubicación privilegiada e inversionistas interesados.

➤ Objetivos

Dentro de los objetivos que plantean los autores de las tesis, tienen como principal proveer al centro histórico de un equipamiento que sea centro de convergencia de actividades de comercio, entretenimiento y cultura, donde se ofrezca un ambiente ideal para interrelaciones sociales y eventos

dirigidos a turistas y pobladores que buscan una alternativa diferente en su tiempo libre. Como objetivos secundarios: primero, realizar el diagnóstico del entorno urbano; segundo, efectuar un estudio de mercado; y finalmente, concretar el diseño de un objeto arquitectónico que cumpla con las reglamentaciones existentes, esté acorde con su entorno y tenga las cualidades espaciales óptimas y requeridas por el usuario.

➤ **Conclusiones**

Después de la revisión de la tesis y de mencionar los puntos más importantes de la misma, a continuación se detallan las conclusiones rescatadas que servirán como aporte y sustento al tema que se está desarrollando:

- La importancia que tiene el ocio en la actualidad, ha generado que tanto empresas privadas como estatales busquen resolver esta necesidad, invirtiendo en propuestas que brinden actividades de ocio para los pobladores de una localidad.
- La ubicación del centro de ocio, es un elemento muy importante a tomar en cuenta al momento de diseñar, pues se busca que el proyecto mantenga una relación acorde con el entorno en el que se encuentra, para lo cual se debe realizar un estudio previo de lo existente, tanto a nivel de realidad urbana actual como actividades que se desarrollan en el sector.
- Los centros de ocio otorgan a las personas una mejor alternativa donde hacer uso de su tiempo libre, brindando un servicio adecuado, accesibilidad y diversidad de actividades para todas las edades.
- El programa arquitectónico que proponen, es el siguiente:
 - Cines: salas de cine, sala de teatrín, barra de atención, SS.HH. cabina de proyección, almacén, cocina, depósitos, cuarto de limpieza, oficina de seguridad, oficina administrativa, archivo, conteo, SS.HH. del personal, vestidores, boletería.
 - Casino: recepción, sala de juegos.

- Discoteca: recepción, guardarropa, caja, pista de baile, zona de mesas, escenario, barra, almacén de bebidas, SS.HH., cuarto de dj, cuarto de sonidos y luces, almacén, cuarto de limpieza, patio de servicio, SS.HH. y vestuarios del personal.

- Salón gastronómico: recepción, escenario, área de mesas, servicio de buffet, barra de atención, caja, SS.HH., alacena, cámara frigorífica, bodega, depósito y mantenimiento, almacén, cuarto de control, cuarto de basura seca y cuarto de basura húmeda, oficina de control.

- Gimnasio: recepción, lockers, vestuarios, SS.HH., sala de máquinas, sala de spinning, sala de baile, sala de aeróbicos, oficina de nutrición.

- Administración: recepción, SS.HH., kitchenette y comedor, secretaría general, oficina de recursos públicos, oficina de recursos humanos, contabilidad, finanzas, mercadotecnia, gerencia comercial, gerencia general, secretaría de gerencia, sala de reuniones, archivo.

- Servicios generales: cuarto de mantenimiento, SS.HH., cisterna, almacén general, caseta de control, cuarto de limpieza, cuarto de basura, cuarto de bombas, subestación, patio de maniobras.

2.1.1.2 “CENTRO DE OCIO, ENTRETENIMIENTO Y DIVERSIÓN PARA LA CIUDAD DE CHICLAYO” (Alvites y Campos, 2005)

➤ Introducción

Plantea un centro de ocio en la ciudad de Chiclayo, que es de suma importancia para la presente investigación, ya que muestra una problemática y análisis muy similar al que se desarrollará. Por lo tanto se han recogido los datos que permitan sustentar la propuesta.

Los cambios producidos en la sociedad, han provocado significativas consecuencias que aún no han sido completamente asimiladas, una de ellas es el entretenimiento u ocio. Las personas no están habituadas a disponer creativamente de este tiempo, malgastándolo en actividades poco satisfactorias o practicando un ocio consumista que perjudica su salud; esto puede llegar a generar conductas antisociales, sentimientos de agresión y

síntomas depresivos, por lo que estos comportamiento deben ser dirigidos a un mejor uso del tiempo libre y una mejora de la calidad de vida. La ciudad deberá estar preparada para brindar opciones de entretenimiento y ocio a los pobladores. Chiclayo, una ciudad joven, de grandes migraciones y principal destino turístico del norte del Perú, es perfecto para aplicar este trabajo de investigación.

➤ **Problema**

Los autores de la tesis explican que, Chiclayo es el eje mercantil en el norte del Perú, eje de una red troncal de caminos que une muchos pueblos de costa, sierra y selva, y el principal centro turístico de la zona. En consecuencia, se hace necesario dotarlo de una infraestructura de ocio que funcione como un espacio de descanso, reunión, esparcimiento, entretenimiento y sana diversión; por su ubicación estratégica congrega a cientos de personas nacionales y extranjeros que llegan con fines culturales, comerciales y turísticos. En la ciudad, actualmente existen pequeños locales de ocio, mal acondicionados, con servicio deficiente, mala ubicación, carencia de seguridad, los cuales son insuficientes para atender la demanda requerida. Por lo antes expuesto, y a la ausencia de un lugar céntrico, que satisfaga los requerimientos turísticos, comerciales, culturales y de entretenimiento; se hace necesario proponer un centro de ocio que contenga una variedad de servicios y brinde una sana diversión.

➤ **Objetivos**

El objetivo principal es proponer un centro de ocio, entretenimiento y diversión que servirá como complemento para el desarrollo económico, turístico, comercial y cultural de la ciudad de Chiclayo. Como objetivos secundarios: en primer lugar, elaborar el diagnóstico ex-ante para el centro de ocio; en segundo lugar, diseñar en base a demandas y requerimientos identificadas en el diagnóstico; y finalmente, elaborar el proyecto arquitectónico del centro de ocio y evaluarlo económicamente.

➤ Conclusiones

Las conclusiones y aportes que brinda al proyecto son las siguientes:

- Los cambios en la sociedad han generado que el ocio esté presente en la vida de las personas, ya que en la actualidad éstas cuentan con un mayor tiempo libre, el cual al no saber cómo emplearlo, lo usan en actividades pasivas o practican un ocio consumista dañino para su salud.
- Chiclayo por tener una ubicación estratégica, por ser una ciudad joven, de grandes migraciones y principal destino turístico del norte del Perú, resulta ser un perfecto laboratorio para aplicar este trabajo de investigación, titulado “Centro de ocio”, ya que congrega a cientos de visitantes nacionales y extranjeros que llegan con fines comerciales, culturales y turísticos.
- La insuficiencia de lugares donde desempeñar actividades de ocio y los pocos locales existentes en mal estado, que no cumplen con los requerimientos mínimos para brindar comodidad y confort a los usuarios, ha provocado la urgencia de crear nuevos espacios dedicados al entretenimiento que puedan satisfacer la demanda existente y brindar un lugar con diversidad de actividades de ocio para todo tipo de usuario.
- Chiclayo no cuenta con un lugar céntrico que satisfaga los requerimientos de descanso, entretenimiento y diversión.
- El programa arquitectónico presenta:
 - Zona de tiendas: 2 tiendas pequeñas, 8 tiendas intermedias, 3 tiendas grandes y 5 puestos de souvenirs.
 - Zona de comidas: restaurante de comida peruana, restaurante de pollos a la brasa y parrillas, restaurante de comida china, heladería y dulcería y locales de comida rápida.
 - Zona de entretenimiento: multicine, discoteca, anfiteatro, karaoke, snack bar, casino, cafenet, internet, salón de juegos electromecánicos, bowling.

- Zona recreativa: juegos mecánicos, gimnasio, salón de juegos (billar y ping pong), 2 losas de frontón dúplex, 3 losas multideportivas, piscina, rampas de skate, SUM.

- Zona administración: informes, espera, administración + SS.HH., contador, archivo, asesoría legal, oficinas de usos múltiples, seguridad y monitoreo, sala de reuniones, S.HH. del personal.

- Zona de servicios generales: control, oficina de jefe de personal, vestuarios, cuarto de limpieza, SS.HH. del personal, depósito de basura, cuarto de máquinas, aire acondicionado, grupo electrógeno, almacén general, plataforma de descarga.

- Zona de servicios complementarios: guardería, cabinas telefónicas, cajeros, exposiciones y venta de artesanías.

2.1.1.3 “PARQUE DE OCIO - RECUPERACIÓN EDIFICIO LOS TEATROS” (Barros, 2004)

➤ Introducción

Consiste en la recuperación de un edificio llamado "Los Teatros", el cual se ha convertido en un lugar vacío y desconocido para la gente que pasa a su lado diariamente, un lugar que antes generaba en sus alrededores una serie de elementos de participación social y que ahora han pasado a ser parte del olvido. Hoy, este edificio sin ninguna función es parte de la realidad física actual y de la experiencia urbana de los habitantes.

La intención de recuperar este edificio, es para convertirlo en un lugar con una función diferente y novedosa para los pobladores de esta ciudad, teniendo en cuenta los requerimientos actuales de la sociedad y que la nueva función que se va a desarrollar permita dar vida a este zona fuera de los horarios de trabajo, ya que donde se ubica es un sector netamente laboral (oficinas), de manera que una vez culminadas las labores diarias queda desolado.

➤ **Problema**

La problemática de esta tesis se basa en los siguientes puntos: la existencia de un edificio vacío construido, tangible y completamente cuantificable, un elemento que debe ser explotado con la intención de reintroducirlo a la sociedad actual; el centro de Santiago, es una zona netamente laboral, esto genera que fuera del horario de oficinas quede prácticamente desocupado y la sociedad actual se encuentra en un proceso de cambio, lo que ha generado "**EL OCIO**", haciéndose necesario que se dé un nuevo enfoque donde el ciudadano facilite la combinación de las labores obligatorias con aquellas que no lo son y que están ligadas con el buen uso del tiempo libre.

Lo antes mencionado, nos muestra la importancia de la ubicación del proyecto, por ello el centro de Santiago está abierto a recibir programas que estimulen el ocio. El planteamiento es llevar el proyecto al lugar mismo donde se encuentra la fuente de trabajo, destinado al ocio, recreación y deporte, que se inserta dentro de las dinámicas diarias de funcionamiento del centro, de modo que el usuario puede participar de estos en el horario que mejor le acomode.

➤ **Conclusiones**

De la presente tesis, se concluye lo siguiente:

- Un edificio que se encuentre vacío debe ser explotado con la intención de reintroducirlo a la sociedad actual.
- Los cambios en la sociedad han generado que el ocio esté presente en la vida de las personas, sin embargo, cada día se deja más de lado debido a la poca disponibilidad de tiempo que queda después de las actividades laborales y domésticas. Resultando necesario darle un nuevo enfoque, donde se combinen las actividades obligatorias con aquellas consideradas como ocio.
- Plantear un proyecto destinado al ocio, recreación y deporte, insertado dentro de las dinámicas diarias de funcionamiento de un sector, permite que el usuario pueda participar de estas actividades en el horario que

mejor le acomode, de este modo funcionará como un constante ciclo de revitalización de las energías físicas y mentales desgastadas por las fuentes laborales.

- El programa arquitectónico es el siguiente:
 - Sala de eventos múltiples: escenario, salón, sala de equipos y mantenimiento, bar, antesala, galerías, terraza.
 - Piscina temperada de natación: piscina semi-olímpica, recepción, camerinos, galería.
 - Piscina termal de natación: piscina termal, piscina fría, recepción, camerinos.
 - Café restaurante: comedores, cocina, bar, bodega.
 - Muro de escalada deportiva: espacio deportivo, bodega.
 - Terrazas de lectura y descanso: control, oficina de jefe de personal, vestuarios, cuarto de limpieza, SS.HH. del personal, depósito de basura, cuarto de máquinas, aire acondicionado, grupo electrógeno, almacén general, plataforma de descarga.
 - Biblioteca-café: biblioteca, cafetería.
 - Otros: recepción general, administración, baños.

2.1.2 Precedente histórico - evolución del ocio

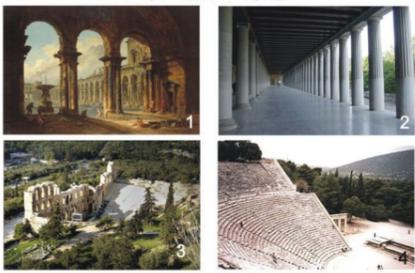
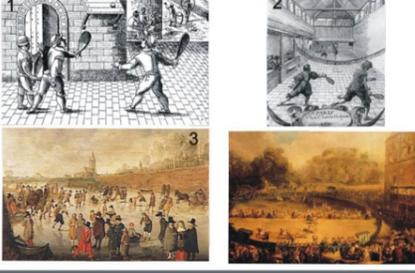
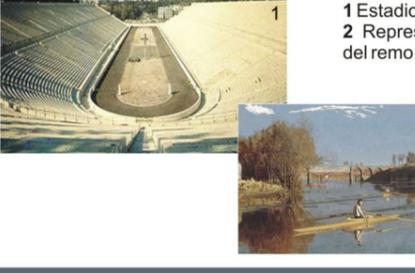
A través del tiempo, el ocio ha formado parte de la vida de los seres humanos, sin embargo es desde la edad antigua (Grecia y Roma) en el que se empezó a dar importancia a este tema; claro está, que sólo era gozado por unos pocos gracias a la división social en hombres libres y esclavos, se consideraba al ocio como un tiempo de contemplación creadora y meditación. En Roma, se introdujo el ocio al pueblo como un medio de control de las masas.

En la Edad Media y Renacimiento surge un ocio inspirado en el espíritu lúdico, dedicando tiempo a actividades elegidas libremente como la guerra, política, deporte, ciencia, pintura, música y religión; pero, aún sigue siendo un placer del que gozan las personas de elevada posición social.

Posteriormente, en la Edad Moderna el ocio es considerado como un vicio personal y social, como una actividad improductiva para las personas, todo lo contrario al trabajo.

Es en la Revolución Industrial, donde surgen horarios de trabajo inhumanos, apareciendo así la sociedad de clases que origina un movimiento revolucionario que solicita la reducción de la jornada laboral, aumento de salarios y el derecho al disfrute del tiempo libre; lo que finalmente, se vio reflejado en la Declaración de los Derechos Humanos.

En la actualidad, las horas de ocio han aumentado, convirtiéndose éste en una de las grandes conquistas del S. XX. En esta sociedad, el tiempo de ocio se ha convertido en una necesidad más a cubrir, con lo que se están produciendo cambios favorables en el uso del turismo, el deporte, la asistencia a espectáculos y las actividades sociales como tiempo de ocio.

	DESCRIPCIÓN	ACTIVIDADES	EJEMPLOS
GRECIA	<ul style="list-style-type: none"> - Cuna de la concepción del ocio. - Atenas, capital de las artes, letras y ciencias. - Se dividían en dos clases sociales: señores (podían realizar actividades ociosas) y esclavos (sólo se les permitía el descanso de la noche) - El ocio se identifica como un espacio dedicado a la meditación y a la creación individual para los hombres libres. Para los esclavos era un tiempo de descanso para volver al trabajo reconfortado. - El deporte es permitido a un sector reducido. 	<ul style="list-style-type: none"> - Los señores practican arte, poesía y sabiduría. - Se acudía a los baños públicos, los que servían como centros de reunión, y se daban largos paseos por las stoa. - La música y el teatro eran actividades favoritas para disfrutar el ocio y para ello existían el odeón y el teatro. Al segundo podían asistir todos los grupos sociales. - Los atletas competían en los Juegos Olímpicos 	 <ol style="list-style-type: none"> 1 Antiguas ruinas usadas como baños públicos 2 Estoa de Átalo en Atenas 3 Teatro de Epidauro 4 Odeón desde la Acrópolis de Atenas
ROMA	<ul style="list-style-type: none"> - El ocio es un tiempo de descanso y recreación del espíritu después del trabajo, para recuperarse y volver a la faena. - Se distinguen dos tipos de ocio: selecto, de hombres cultivados que permite el descanso, recreación y meditación; y el popular que tiene lugar en los espectáculos públicos organizados por el estado. - Los romanos tenían afición por los juego, los cuales eran desarrollados por los atletas que practicaban deportes en el Circo y los gladiadores que actuaban en el Anfiteatro. 	<p>Existieron diversas actividades de ocio:</p> <ul style="list-style-type: none"> * Espectáculos: Circo, anfiteatro y teatro. * Baños (Thermae): Con piscinas temperadas, salas de masajes, saunas, y espacios para la gimnasia. * Jardines: Lugares donde se tenía contacto directo con la naturaleza. * Bibliotecas y auditorios. 	 <ol style="list-style-type: none"> 1 Circo Romano 2 Anfiteatro Romano 3 Thermae de Caracalla 4 Jardines de la Villa Adriana en la antigua Tibur
EDAD MEDIA	<ul style="list-style-type: none"> - La condición arraigada de la nobleza restringe las posibilidades de generalizar el ocio a todos los sectores de la población. - Los numerosos días festivos posibilitaban tiempos de ocio a los trabajadores de la tierra pero afectaba su economía. - El ocio y el trabajo estaban ligados. El ocio surgía como continuación del trabajo, en espacios creados para jugar, convivir, asistir a eventos religiosos, pasear por las calles, ir a la taberna, asistir a conciertos de trovadores, espectáculos, etc. 	<p>Se desarrollaron diversas actividades de ocio:</p> <ul style="list-style-type: none"> * Torneos y justas: Combates y certámenes militares que realizaban los caballeros. * Palma: De este deporte deriva el tenis. * Soule: De este deporte deriva el fútbol y el rugby. 	 <ol style="list-style-type: none"> 1 Representación gráfica de un torneo 2 Representación gráfica de una justa 3 Castillo del Señor, en sus alrededores se realizaban estos acontecimientos 4 Representación gráfica de la palma
EDAD MODERNA	<ul style="list-style-type: none"> - Las personas dedicadas a trabajos de campo comenzaron a disfrutar de nuevas libertades. - Los nobles se llenaron de lujosos palacios y viviendas de diversa calidad destinadas a dar cobijo a familias dedicadas a su servicio. - Se manifestó la predilección por las corridas de toros y juegos der cañas. - Influidos por la religión se considera al trabajo como una virtud suprema y al ocio como un vicio. 	<p>Algunas actividades realizadas son:</p> <ul style="list-style-type: none"> * Raqueta y pala * Kolf: Antecesor del hockey sobre hielo * Calcio * Juego de polo: Meter goles con una pequeña pelota montado en caballo. 	 <ol style="list-style-type: none"> 1 Representación del juego de palas 2 Representación de tenis en espacios cerrados 3 Representación del kolf 4 Desfile de caballistas
REVOLUCIÓN INDUSTRIAL	<ul style="list-style-type: none"> - Las fiestas se reducen y los horarios se establecen en función a diferentes empresas, por lo que las jornadas de trabajo se alargan. El trabajo es la actividad prioritaria dejando de lado la vivencia gratificante del ocio. - La cultura postmoderna reduce las jornadas laborales y democratiza los espacios dedicados al ocio surgiendo la cultura "weekend". 	<p>La civilización del ocio es generada por:</p> <ul style="list-style-type: none"> * Revolución industrial: La mano de obra humana es sustituida por las máquinas. * Revolución tecnológica: Aparece los ordenadores. * Sedentarización: La máquina es una alternativa enérgica frente a la mano de obra, lo que da paso al sedentarismo que traerá más tiempo libre. 	 <ol style="list-style-type: none"> 1 Estadio Panatenaico 2 Representación del deporte del remo
ACTUALIDAD	<ul style="list-style-type: none"> - El ocio entendido como tiempo libre, sin trabajar. - La clase obrera se revela y consigue que se reduzca la jornada laboral y aumente salarios, generando que se incremente el ocio. - En la sociedad actual, el tiempo de ocio se ha convertido en una necesidad más que cubrir, produciéndose cambios favorables en el turismo, deporte, espectáculos y actividades sociales. 	<ul style="list-style-type: none"> - Surge el deporte para canalizar tiempo libre. - El ocio es introducido en centros comerciales para atraer más usuarios (cine, bowling, juegos mecánicos, otros). - Se han creado algunos centros de ocio, sobre todo en Europa, donde todas las actividades que ofrecen son de entretenimiento. 	

2.1.3 Referentes de la investigación

El ocio se ha convertido en un elemento muy importante en la vida de las personas, cada vez son más los lugares que plantean diversas opciones para desempeñar actividades de ocio.

Con el fin de conocer más acerca del funcionamiento y las diversas actividades que se desarrollan en un centro de ocio, se analizarán algunos edificios del mismo carácter a nivel internacional y nacional.

Uno de los principales países que apuesta en invertir en instalaciones que ofrezcan alternativas de ocio es España, aquí es donde se empieza por introducir en los centros comerciales actividades recreativas, siendo el más importante locomotor de estos, el cine. Se realizará el análisis de algunos ejemplos de centros importantes que se caracterizan por contener mayor oferta de ocio en sus instalaciones.

Las primeras láminas describen centros comerciales y de ocio, donde las actividades comerciales son complementadas por un gran porcentaje de actividades recreativas como: locales de restauración, cines, boleras, pubs, juegos mecánicos, entre otros (Ver Lámina N° 02 y Lámina N° 03). Las dos siguientes muestran el centro de ocio Heron City Valencia y el centro de ocio Panoramis (Ver Lámina N° 04 y Lámina N° 05), todas las instalaciones que ofrece son de ocio complementándose con restaurantes, pubs y locales de comida rápida; además, cuentan con una plaza central donde se desarrollan diversas actividades recreativas y que funciona como espacio de encuentro para los usuarios; el primero con mayor éxito que el segundo, porque Panoramis en la actualidad tiene diversos locales vacíos.

Con el fin de mostrar ejemplos nacionales que se asemejen a estos centros, ya que no existe un centro de ocio como tal, se presentan dos centros comerciales ubicados en la ciudad de Lima: el centro comercial Plaza San Miguel que se caracteriza por tener una configuración especial en su distribución y contener actividades de ocio como: cine, coney park, dos plazas donde se realizan conciertos, un gran porcentaje de restaurantes y locales de comida rápida (Ver Lámina N° 06); y el centro comercial Larcomar en

Miraflores, que contiene variedad de actividades de ocio como: bowling, teatro, cine, coney park, gimnasio, un gran porcentaje de restaurantes y locales de comida rápida (Ver Lámina N° 07).

Los criterios analizados en las siguientes láminas son los siguientes: contexto y entorno urbano del proyecto que permitirá conocer la población a la que sirve, su entorno, factores específicos por lo cual el hecho arquitectónico es conocido a nivel nacional, es decir que lo hace especial y diferente a los otros, ya sea el cerramiento que se utilizó, los componentes principales con los que cuenta y la razón de su diseño en especial; ubicación, dado que según sea el caso se puede plantear de distintas formas, en el centro financiero de una ciudad o alejado para evitar el congestionamiento vehicular, y/o hacinamiento de infraestructura, entre otros casos; locales existentes, lo cual nos permitirá tener algunas alternativas para la elaboración del programa arquitectónico; zonificación y circulaciones, que permite determinar la disposición de las diferentes áreas y relación entre ellas; y finalmente los planos de distribución.

Los edificios a analizar son:

1. Centro comercial y de ocio Equinoccio Park
2. Centro comercial y de ocio La Marina
3. Centro de ocio Heron City Valencia
4. Centro de ocio Panoramis
5. Centro comercial Plaza San Miguel
6. Centro comercial Larcomar

CENTRO DE OCIO EQUINOCCIO PARK - MADRID



CONTEXTO Y ENTORNO URBANO

Integrado en el parque industrial El Carralero, el cual es el más reciente desarrollo, que aloja grandes superficies comerciales con un nivel de especialización muy fuerte, varias urbanizaciones de vivienda de nueva construcción, usos industriales y el Hospital Puerta de Hierro; se encuentra limitado al sur por la autovía M-50, que facilita su accesibilidad desde localidades vecinas. Dicho centro abastece a una población de 70,359 habitantes y en los últimos años se han inaugurado grandes centros comerciales como el Centro Oeste, Equinoccio Park, Centro Comercial Milenium y el Gran Plaza 2.

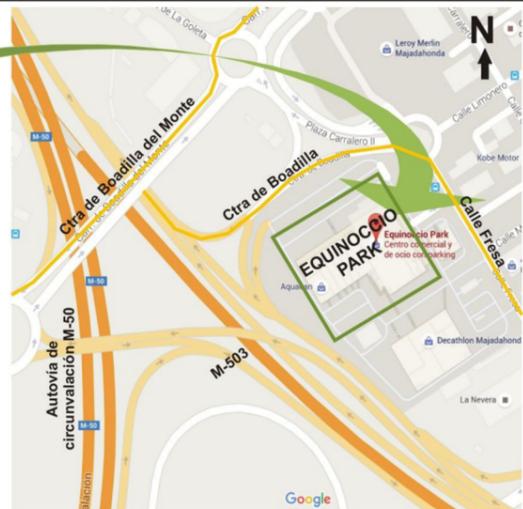
LOCALES EXISTENTES

AMBIENTE	CANTIDAD
Zona de Ocio	
Gimnasio	1
Instalaciones para educación	1
Bolera y sala de juegos	2
Cine	1
Zona de Hogar y Servicios	
Correo y lavado de carros	2
Alquiler de coches y peluquería	2
Tienda de muebles	7
Clínica veterinaria	1
Zona Comercial	
Tiendas de ropa	2
Restaurantes (215, 240, 250, 275m ²)	5
Locales de comida rápida y cafeterías	15
Bares, pubs	3

UBICACIÓN

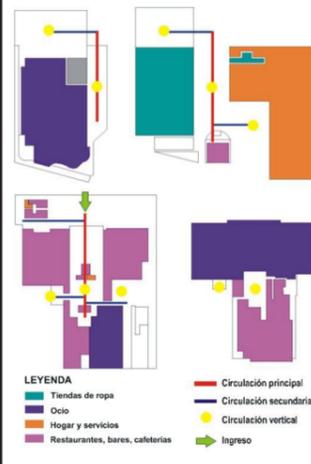


Ubicado en el término municipal de Majadahonda. El cual está en la zona noroeste del Área metropolitana de Madrid y dista 18 km del centro de la capital. Tiene excelentes accesos desde las principales calles de la ciudad M-503 y M-50 y por transporte público.



ZONIFICACIÓN

Cuenta con un sótano y 3 plantas, en una superficie de más de 35 000m². Las plantas 0 y 1 tienen una circulación principal lineal y central, la que nos lleva a circulaciones secundarias, permitiéndonos acceder a determinadas tiendas, a la planta 2 se accede por la circulación vertical y desde ahí se puede recorrer los locales; finalmente las circulaciones verticales están distribuidas en tres áreas cada determinada distancia. En cuanto a la zonificación prevalece el ocio con un 37.17%, luego la zona de hogar y servicios con un 24.60%, seguidamente el comercio (tiendas de ropa, zapatos y accesorios) con un 24.28%, y finalmente en el área de restaurantes, bares y cafeterías hay un 13.95%.



VISTA LATERAL DEL CENTRO Desde el exterior



VISTA DE INGRESO PRINCIPAL



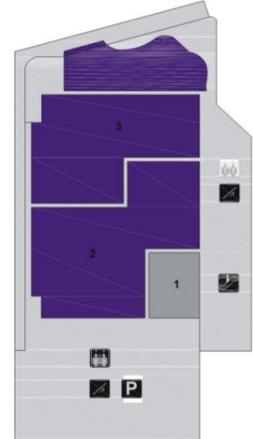
VISTA DE ZONA DE COMIDAD Interior



GALERÍAS DEL 2DO NIVEL Desde 2do piso



PLANTAS



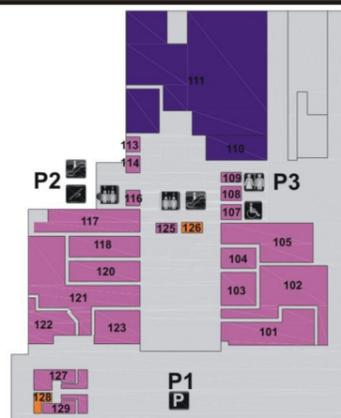
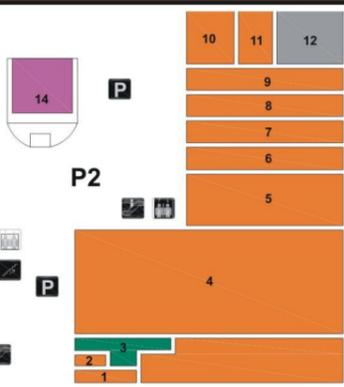
Planta 1

- 2 Basic Fit
- 3 El país de las Maravillas



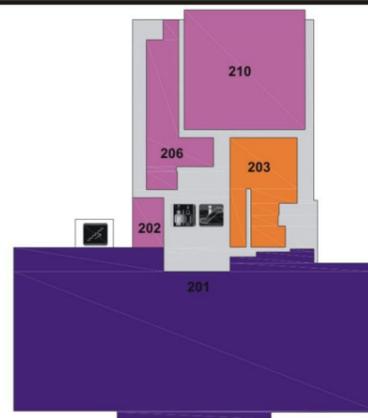
Planta 0

- 1 Correos
- 2 Herts
- 3 Décimas
- 4 Worten
- 5 Camino a casa
- 6 Casa
- 7 Howards Storage World
- 8 Loja do Gato Preto
- 9 Muy mucho
- 10 Cocinas Schmidt
- 11 Aquacan Clínica Veterinaria
- 13 Decathlon
- 14 Ribs



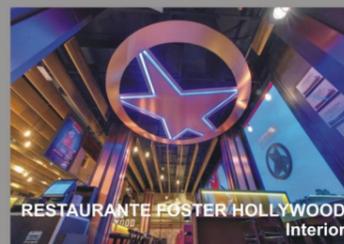
Planta 1

- 101 Tommy Mel's
- 103 Foster's Hollywood Pub
- 104 Liao Liao
- 105 T.G.I. Friday's
- 107 Cien Pizzitas
- 108 Beykebab
- 109 Don Gofre
- 110 Ilusiona
- 111 Muum
- 112 Flanagan's Irish Pub
- 113 100 Montaditos
- 114 Il Forno Napoletano
- 115 Icigarrette
- 116 Sal y Chicken
- 117 Giulianis
- 118 La Norteña
- 120 Abrasador
- 121 Vips
- 122 Ginos
- 123 Burger King
- 125 Pulpa de Cacao
- 126 All Center
- 127 La Tagliarella
- 128 Luis y Tachi
- 129 Starbucks



Planta 2

- 201 Cinesa
 - 206 La botellita
- LEYENDA**
- Restaurantes, cafeterías, pubs
 - Ocio y deporte
 - Ropa deportiva
 - Hogar y servicios
 - Otros



El Centro tiene un acceso principal que destaca por un elemento vidriado de mayor altura, este ingreso conduce al usuario a un espacio central que lo distribuye a todos los locales comerciales y de servicio. El material de construcción que prevalece es concreto y acero, en cuanto al cerramiento son de dos tipos: vidrio y placas livianas.

[Http://www.equinoccio.com.es/W/do/centro/inicio](http://www.equinoccio.com.es/W/do/centro/inicio)
<https://es.wikipedia.org/wiki/Majadahonda>

CENTRO COMERCIAL Y DE OCIO MARINA FINESTRAT - ALICANTE

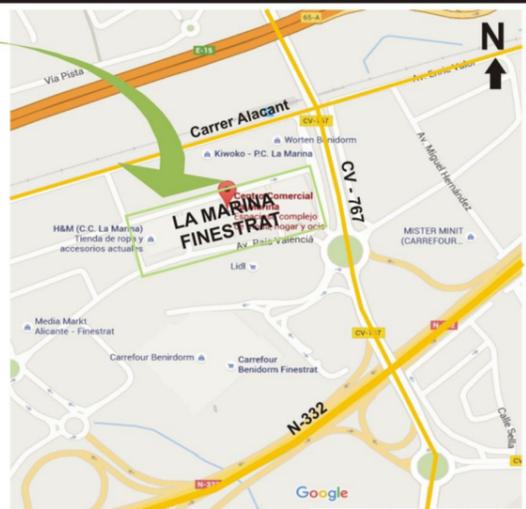


CONTEXTO Y ENTORNO URBANO

Está situado en el término municipal de Finestrat, en la provincia de Alicante, la cual es eminentemente portuaria, turística y de servicios; tiene además el privilegio de encontrarse entre la montaña el Puig Campana y el Mar Mediterráneo, donde se cruzan sus miradas para centrarse en un espacio de ocio y diversión único como es La Marina. Finestrat tiene aproximadamente 6.000 habitantes, gran potencial turístico y comercial, lo que la ha llevado a convertir sus encantos en un incentivo más para su economía, creando así un polígono industrial moderno que atrae inversiones de empresas de toda la provincia y superficies comerciales. La Marina fue inaugurado el 14 de septiembre del 2000 y tiene una superficie total de 64,895.00 m2.



Situado en el término de la municipalidad de Finestrat, junto a la localidad de Benidorm y de una de las calles principales de la ciudad N-332. A unos minutos de Villajoyosa, es el Centro Comercial de referencia de toda la comarca de la Marina Baixa.



ZONIFICACIÓN

Estructurado en 4 niveles: 1 planta subterránea de aparcamiento, 2 plantas comerciales y 1 planta de ocio y restauración. En la planta 0, la circulación principal encierra dos galerías centrales, a diferencia de las plantas 1 y 2 donde la circulación principal es central; las circulaciones verticales están distribuidas en tres zonas. Las zonas están adecuadamente distribuidas, prevaleciendo el comercio con un 55.88%, seguidamente la zona de ocio con un 26.01%, en el área de restaurantes, bares y cafeterías hay un 12.49% y finalmente la zona de hogar y servicios tiene un 5.62%.

LOCALES EXISTENTES

AMBIENTE	CANTIDAD
Zona de Ocio	
Parque infantil	1
Bolera	1
Cine	1
Zona de Hogar y Servicios	
Telefonía	5
Optica y peluquería	3
Tienda de muebles	3
Tintorería, tatuajes y eventos	3
Zona Comercial	
Tiendas de ropa	33
Tiendas de calzado	6
Tiendas de accesorios y complementos	10
Tiendas de ropa deportiva	2
Restaurantes (300, 336, y 360m2)	2
Loales de comida rápida y cafeterías	7
Bares. Pubs	12



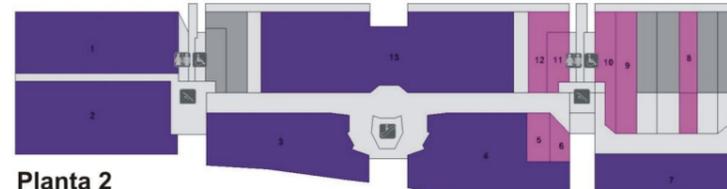
PLANTAS



- 11 Mavisel
- 12 Shana
- 13 Bellaminis
- 14 Foster
- Hollywood
- 15 Sprinter
- 16 Sgabo
- Peluqueros
- 21 Payro
- 22 Dayaday
- 23 Guerry Weber
- 24 Cosim Tot
- 25 The Phone
- 26 Don Dino
- 27 Jamaica Coffee
- 31 Children Class
- 32 Movistar
- 33 Lolita's
- 34 Haagen Dazs
- 35 Orange
- 36 Movistar
- 37 Vodafone
- 38 Game



- 1 Hand M
- 2 Fresh
- 3 Claire's
- 4 Sara
- 5 Oysho
- 6 Marypaz
- 7 Tezenis
- 12 Paco
- 13 Inside
- 14 Punto Roma
- 15 Cello
- 16 Pull and
- 17 Zara
- 18 Massimo
- 23 Benetton
- 24 Stradivarius
- 25 Calzedonia
- 26 Geox
- 27 Nichi Seijo
- 28 Guess
- 29 Springfield
- 30 Women's
- 31 Douglas



- 1 Bowling Paradise
- 2, 3, 4 y 7 Parque infantil
- 5 Terraza Burger King
- 6 Terraza Lucciano
- 8 Txacoli
- 9 La vaca vieja
- 10 Cantina Mariachi
- 11 Lucciano La Trattoria

El Centro Comercial La Marina se plantea como una galería, ya que no cuenta con un espacio central de encuentro, además los tres ingresos laterales son jerarquizados por dos elementos verticales. Los materiales usados para su construcción son el acero y el concreto, su cerramiento es con placas livianas dejando vanos para ventanas de forma rítmica.

<http://www.cclamarina.com/>
Google Maps - Google Earth

CENTRO DE OCIO HERON CITY - VALENCIA



CONTEXTO Y ENTORNO URBANO

Paterna se encuentra en la provincia de Valencia, a 5 km de ésta, contando con relevantes recursos y activos urbanos, dispone de modernas infraestructuras, equipamientos y servicios. Es un emplazamiento moderno y adecuado para cualquier tipo de actividad económica. Tiene una población aprox. de 67,000 habitantes. Paterna cuenta en su término municipal con el macrocomplejo de ocio Heron City, considerado el centro de ocio más moderno y emocionante de Europa, tiene un amplio abanico de oferta de ocio y fue inaugurado mayo del 2002. Su entorno es moderno, cultural y vibrante, en constante cambio y ofrece una amplia extensión de atracciones y espectáculos.

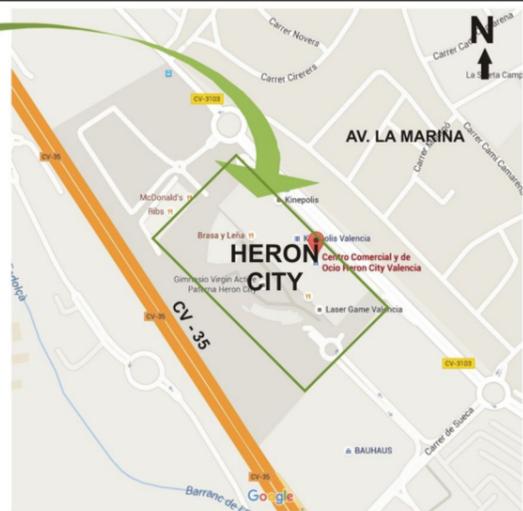
LOCALES EXISTENTES

AMBIENTE	CANTIDAD
Zona de Ocio	
Lasergame 2.0	1
Bolera	1
Cine	1
Proyecciones extremas 5D	1
Gimnasio Virgen Active	1
Zona de Hogar y Servicios	
Supermercado	1
Zona Comercial	
Pub y cervecerías	5
Restaurantes (300, 320 y 340m2)	6
Cafetería	4
Locales de comida rápida	12

UBICACIÓN



Está situado en la zona Norte del área metropolitana de Valencia capital, abasteciendo a los residentes de la zona Noroeste del área metropolitana de Valencia y los habitantes de la zona oeste de Valencia Capital. Tiene como acceso principal a la Vía CV-35, que lo comunica con Valencia.



CONFIGURACIÓN



- Ctra Cruz de Gracia
- Vías alternas
- Estacionamiento
- Estacionamiento en sótano
- Acceso peatonal
- Acceso vehicular
- Plaza externa
- Plaza interna

El centro tiene una configuración especial, debido a que su ingreso principal peatonal y vehicular se da por el lado contrario de la calle por la que se ingresa. Aprovecha las vías alternas de los lados más cortos del centro para plantear sus ingresos vehiculares al sótano y a la playa de estacionamientos. Está distribuido alrededor de dos plazas, un central al aire libre donde se ubican piletas, juegos para niños y áreas de descanso; otra interna y secundaria techada.

PLANTAS



Planta 1

- | | | |
|------------------------------|--------------------------------|-------------------------|
| 1 Supercor Supermercados | 11 Foster Hollywood | 21 Smooy |
| 2 El Rincón de Gofito | 12 Tommy Mei's | 22 KFC |
| 3 Allora Pizza e Pasta | 13 Rickel's | 23 Sagardi |
| 4 Biervinkel | 14 The Cliffs | 24 Coffee House |
| 5 Pans and Company | 15 Tony Roma's | 25 Cervecería Gambrinus |
| 6 Cafés Valiente | 16 Lemongrass | 26 Brasa y leña |
| 7 Lizarrán (Pinchos y Tapas) | 17 Miss Sushi Fresh restaurant | 27 The Good Burger |
| 8 Burger King | 18 Rokelin | 28 100 Montaditos |
| 9 Lasergame 2.0 | 19 Belros | |
| 10 Ecolotes | 20 Lo Tagliatella | |

LEYENDA

- Restaurantes y bares
- Ocio
- Supermercado
- Locales vacíos
- Piletas
- Área verde
- Circulación interna y plazas
- Estacionamiento y circ. externa



VISTA EXTERIOR Desde plaza exterior



PLAZA EXTERIOR Vista aérea



ZONA DE RESTAURANTES



PLANET BOWLING Vista interior



KINEPOLIS Ingreso a cine



GINNASIO VIRGEN ACTIVE Vista Interior

El Centro de Ocio se caracteriza por tener una plaza central donde se instalan juegos infantiles y piletas que por las noches muestran espectáculos con juegos de luces y agua. Además, Heron City al contar con gran porcentaje de área sin techar, los restaurantes aprovechan esta característica para usarla como terraza con mesas al aire libre. Tanto la estructura como el cerramiento que envuelve al edificio es de acero.

[Http://www.heroncity.com/valencia/heron-city-paterna/](http://www.heroncity.com/valencia/heron-city-paterna/)
Google Maps - Google Earth

CENTRO DE OCIO PANORAMIS - ALICANTE



CONTEXTO Y ENTORNO URBANO

El Centro de Ocio se ubica en el Puerto de la ciudad de Alicante, lugar de tráfico de mercancías, llegada de cruceros y muelles deportivos para barcos privados. Está rodeado por: Real Club de Regatas de Alicante, Centro de Negocios, Estación de autobuses, Casino de Alicante, Sala municipal de Exposiciones y un Acuario. Panoramis, posee una ubicación privilegiada, su localización frente al mar, garantiza su éxito como punto de encuentro. Lo que lo convirtió en el mejor centro especializado de Ocio, siendo inaugurado en el año 2000. Buscaba convertirse en el lugar de encuentro y diversión de habitantes, turistas y visitantes. Su variada oferta hará posible que en las distintas áreas se encuentren desde el más moderno complejo cinematográfico hasta diferentes tipos de zonas de juego. Una oferta de restauración para todo tipo de gustos y niveles adquisitivos.

LOCALES EXISTENTES

AMBIENTE	CANTIDAD
Zona de Ocio	
Parque infantil Aventura Park	1
Centro excursionista	1
Cine	1
Juegos recreativos y bolos Bin	1
Zona de Hogar y Servicios	
Tienda de Natura, Librería	2
Cajero automático	1
Zona Comercial	
Restaurantes (331, 396 y 618m2)	3
Locales de comida rápida	5

UBICACIÓN



Ubicado en el distrito de San Miguel, en Av. La Marina 2000, entre la intersección de dos de las principales avenidas de Lima, Av. La Marina y Av. Universitaria. Debido a esta ubicación estratégica, recibe una gran cantidad de visitas de distritos vecinos y turistas, por su cercanía al Aeropuerto.



ZONIFICACIÓN



- LEYENDA**
- Restaurantes, cafeterías, pubs
 - Ocio y deporte
 - Hogar y servicios
 - Locales vacíos
 - Circulación principal
 - Circulación secundaria
 - Circulación vertical
 - Ingreso

Panoramis cuenta con un área de 11,000 m2 distribuidos en dos plantas y una de aparcamiento. Tiene dos ingresos marcados en cada esquina del lado opuesto al mar, cuenta con una circulación principal lineal y una circulación vertical ubicada en el centro, además de contar con circulaciones secundarias que son las que se debe recorrer para acceder a todos los locales y las que son parte de una terraza con vista al mar. En cuanto a la zonificación prevale el ocio con un 58.00%, la zona de restaurantes, bares y cafeterías tiene un porcentaje de 14.22%, la zona de hogar y servicios solo tiene un 1.64% y finalmente se observa un gran porcentaje (25.52) de locales vacíos que existe actualmente.



PLANTAS



- Planta 0**
- 1 Foster Hollywood
 - 2 Mc Donald's
 - 3 Natura
 - 4 Mar de cuentos
 - 5 Big House
 - 6 La ruta
 - 7 Aventura Park
 - 8 Tramuntana Aventura
 - 9 y 10 Big Fun
 - 11 Virtual Planet
 - 12 Belros
 - 13 Bombon boss
 - 14 Boletería cine
 - 15 CAM (Cajero)



- Planta 1**
- 1 Cine Panoramis
 - 2 Gofrito
 - 3 Kedate Helado
 - 4 Big Fun

El Centro de Ocio tiene una plaza central donde se realizan eventos, a la cual se accede por visuales al mar, ubicando terrazas y pasadizos hacia este sector. Los materiales que usa para el cerramiento es acero y vidrio con el fin de tener un espacio claro y mejores visuales para el centro. Sin embargo a pesar de tener una buena ubicación, en la actualidad existen varios locales vacíos.

[Http://www.panoramis.com/](http://www.panoramis.com/)
[Http://spainpropertyinvest.com/documents/093416_C190502_Centro_Comercial_Panoramis.pdf](http://spainpropertyinvest.com/documents/093416_C190502_Centro_Comercial_Panoramis.pdf)
 ?PHPSESSID=a1f5gqs7vlijljqurq13h7ed93

CENTRO COMERCIAL PLAZA SAN MIGUEL - LIMA



CONTEXTO Y ENTORNO URBANO

El centro comercial Plaza San Miguel es el emporio comercial más antiguo de la ciudad de Lima, con una vigencia de 40 años. Fue el primer recinto con formato de un mall en el mercado peruano, debido a su extensión y distribución de locales. Cuenta con más de 200 tiendas de servicios, razón por la que es uno de los centros comerciales con mayor concurrencia en el Perú.

Tiene un entorno urbano variado desde comercio metropolitano, vivienda de densidad media, institutos y áreas de recreación. Plaza San Miguel es eje de desarrollo comercial y urbano del distrito, de manera que ha potenciado el atractivo de sus zonas de influencia.

LOCALES EXISTENTES

AMBIENTE	CANTIDAD
Zona de Ocio	
Cineplanet	2
Juegos Coney Park y City Toys	1
Zona comercial	
Tiendas por departamento	3
Tiendas	106
Módulos	32
Outlet	1
Restaurantes (250, 270, 370 y 430)	6
Locales de comida rápida y cafeterías	16
Zona financiera	
Bancos	4

UBICACIÓN



Ubicado en el distrito de San Miguel, en Av. La Marina 2000, entre la intersección de dos de las principales avenidas de Lima, Av. La Marina y Av. Universitaria. Debido a esta ubicación estratégica, recibe una gran cantidad de visitas de distritos vecinos y turistas, por su cercanía al Aeropuerto.

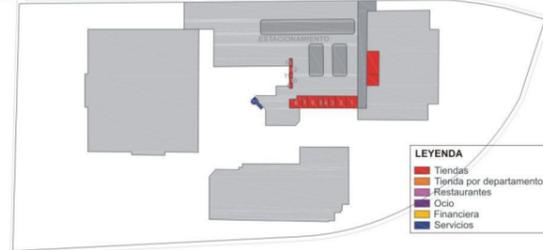


CONFIGURACIÓN



Plaza San Miguel se encuentra conformado por varias manzanas, las cuales se dividen del bloque principal por la Calle Mantaro. Este bloque tiene tres niveles, 4 pisos de sótanos en dos zonas, una debajo de la tienda Ripley y otra debajo del área de tiendas. Además, cuenta con un outlet, zona de juegos (Coney Park), zona financiera y cine, ubicados al otro lado de la calle. Además aprovecha las calles y avenidas por las que se encuentra rodeada para generar sus ingresos tanto peatonales como vehiculares. La circulación interior que tiene 3 accesos desde el exterior remata en una plaza central; se accede a los siguientes niveles mediante escaleras mecánicas, integradas y ascensor.

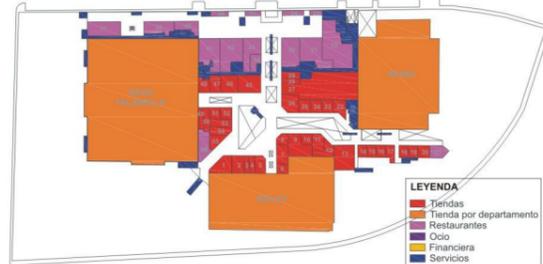
SÓTANO



- 1 DMA
- 2 LV
- 3 M. San Miguel
- 4 Rimac
- 5 Mary Gramer
- 6 Tepsa
- 7 Ollusa
- 8 Sono Centro
- 9 Entel
- 10 Cruz del Sur
- 11 La Positiva

- Tiendas
- Tienda por departamento
- Restaurantes
- Ocio
- Financiera
- Servicios

SEGUNDO NIVEL



- 1 Mercurial
- 21 shop
- 3 Iliaria
- 4 Tous
- 5 Velez
- 6 Leonisa
- 7 Adidas
- 8 G y G Joyeros
- 9 Renzo Costa
- 10 Mae Alcott
- 11 Dot
- 12 RKF
- 13 Coolbox
- 14 Converse
- 15 Segue
- 16 Mbo
- 17 Latam
- 18 Econolentes
- 19 LV
- 20 Gzuck
- 21 Gelarti
- 22 Imaginarium
- 23 Samsonte
- 24 Van Heusen
- 25 Kenneth Cole
- 26 Guess
- 27 Topitop
- 28 Baby Club
- 29 Next level
- 30 La Tratoria
- 31 Long Horn
- 32 P a r d o s
- 33 Chiken
- 34 Jaleo
- 35 La Lucha
- 36 Frutix
- 37 LV
- 38 Cineplanet Premium
- 39 Papa Jhons
- 40 Lucio Café
- 41 S e g u n d o
- 42 Tanta
- 43 Sofía Café
- 44 LV
- 45 Tommy Hilfiger
- 46 Pierre Cardin
- 47 Exit
- 48 Skechers
- 49 Ecco
- 50 Azaleia
- 51 Pioneer
- 52 Now
- 53 Justice
- 54 Creper
- 55 Kids made her
- 56 Starbucks

- Tiendas
- Tienda por departamento
- Restaurantes
- Ocio
- Financiera
- Servicios

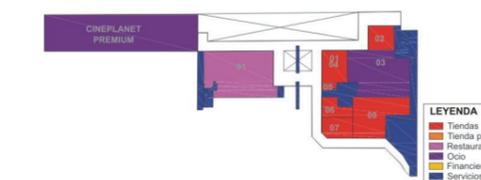
PRIMER NIVEL



- 1 Laritza
- 2 Hallmark
- 3 Bugui
- 4 Menta y Chocolate
- 5 Company
- 6 Pinkberry
- 7 Amphora
- 8 Vision Center
- 9 Tayless
- 10 Renzo Costa
- 11 GMO
- 12 Joaquin Miro
- 13 Náutica
- 14 Perfumerias Unidas
- 15 Bruno Ferrini
- 16 LV
- 17 Aldito Blas
- 18 Cross
- 19 Big Head
- 20 Marathon
- 21 Billabong
- 22 Coliseum City
- 23 Converse
- 24 Baby Infanti
- 25, 26, 27 Local vacio
- 28 Crisol
- 29 Dunkin Donuts
- 30 Reebok
- 31 Bata
- 32 Dockers
- 33 Paez
- 34 MAC
- 35 Casa e Ideas
- 36 Hush Puppies
- 37 Eyes ilusion
- 38 Crackers
- 39 147 street
- 40 Zugalí
- 41 Quality Store
- 42 Strata
- 43 Platanitos
- 44 Rosstel
- 45 Espinoza Joy.
- 46 Guante
- 47 Cat
- 48 Tria
- 49 Local Vacio
- 50 El
- 51 Triathlon Sport
- 52 Local Vacio
- 53 Dunkelvolk
- 54 Aramis
- 55 Phanton
- 56 Levis
- 57 Lucitane
- 58 Life it
- 59 KFC
- 60 Pizza Hut
- 61 Chilis
- 62 Bombos
- 63 BBVA
- 64 Laboratorios ROE
- 65 BCP
- 66 M Farma
- 67 Interbank
- 68 Scotiabank
- 69 Inkafabam
- 70 Movistar

- Tiendas
- Tienda por departamento
- Restaurantes
- Ocio
- Financiera
- Servicios

TERCER NIVEL



- 1 La Bisteca
- 2 Movistar
- 3 City Toys
- 4 Aramis kids
- 5 Hush Puppies
- 6 Entel
- 7 Lego
- 8 Claro

NOMBRE "CENTRO COMERCIAL PLAZA SAN MIGUEL"

<http://www.plazasanmiguel.com.pe/>
https://es.wikipedia.org/wiki/Centro_Comercial_Plaza_San_Miguel
<https://www.google.com.pe/maps/place/Plaza+San+Miguel/>

CENTRO COMERCIAL LARCOMAR - LIMA



CONTEXTO Y ENTORNO URBANO

Larcomar es un espacio ideado para consolidar la relación entre la ciudad y el mar. Urbanamente, se mantiene el Parque Salazar como una plataforma verde sobre los estacionamientos subterráneos, el cual se convierte en remate espacial que comunica el centro de Lima a través del eje Tacna-Wilson-Arequipa-Larco con el Parque Salazar.

Larcomar ha causado un impacto que ha cambiada la vida de este apacible barrio, se ha convertido en un foco de entretenimiento metropolitano, un icono turístico y un referente de la arquitectura y paisajismo, desde su inauguración el 27 de noviembre de 1998. Tiene un espacio de casi 45 mil metros cuadrados y recibe un promedio de 450,000 visitantes al mes.

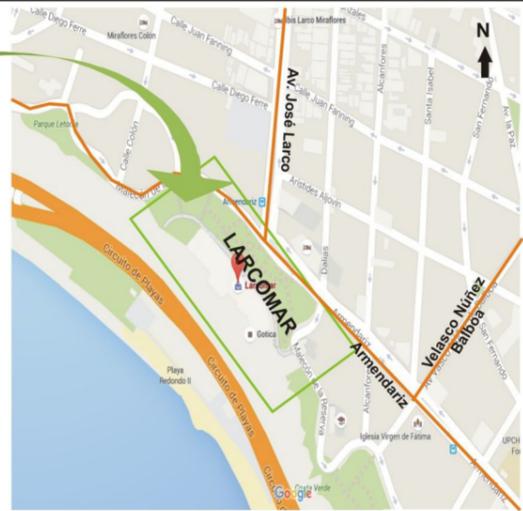
LOCALES EXISTENTES

AMBIENTE	CANTIDAD
Zona de Ocio	
Cine UVK	1
Teatro La Plaza	1
Bolera	1
Zona juegos Coney Park	1
Galería de arte y diseño	1
Zona de Hogar y Servicios	
Óptica y librería	6
Supermercado	1
Zona Comercial	
Tiendas de ropa	30
Tiendas de accesorios	24
Tiendas de calzado	5
Restaurantes (120,175, 210 y 243m ²)	10
Locales de comida rápida y cafeterías	21

UBICACIÓN

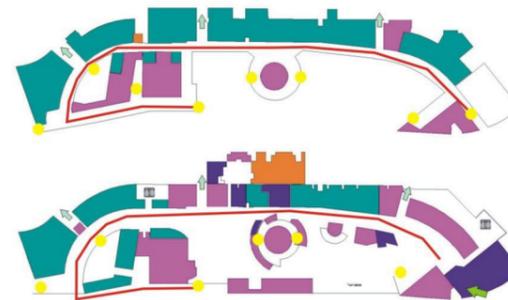


Ubicado en el Malecón de la Reserva 610, en el trayecto final de la avenida Larco, al pie del Parque Salazar de la Urbanización Armendariz, en el distrito de Miraflores, Lima. Cuenta con una inigualable vista al Océano Pacífico, siendo así uno de los destinos turísticos más visitados del país.



ZONIFICACIÓN

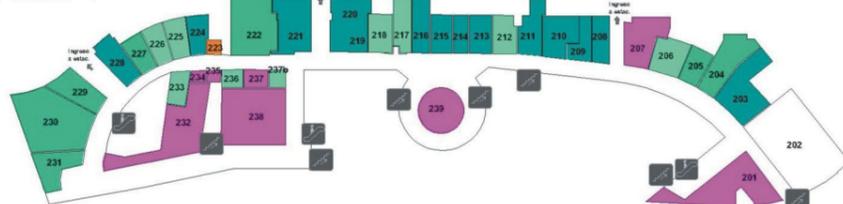
- Circulación principal
- Circulación secundaria
- Circulación vertical
- Ingreso
- Ingreso a estacionamiento



Organizado alrededor de una plaza central de forma alargada con edificios de dos pisos que contienen tiendas, locales de entretenimiento y restaurantes, estos últimos con vista al mar, ubicando las salas de cine, teatro y bowling en los sótanos. La circulación bordea la plaza, contando con accesos desde el parque por los lados laterales y formando en la planta -2 un patio de comidas con variedad de restaurantes, locales de comida rápida y cafeterías. En cuanto a la zonificación prevalece la zona de tiendas con un 36.47%, seguida del ocio con 33.84%, posteriormente zona de restaurantes, bares y cafeterías 22.14%, y con 7.55% el área de hogar y servicios.

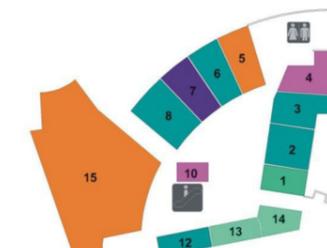
PLANTAS

Planta -1



- | | | |
|-----------------------|---------------------|-----------------------|
| 101 Congelatte | 122 Ibero Librerías | 143 Arte y candelaria |
| 102 Pardos Chicken | 123 Diédalo | 144 |
| 103 Gótica | 124 vaca Loca | 145 Cross |
| 104 Pizza hut | 125 KO by Osaka | 146 L'Oreal |
| 105 Burger King | 126 Victorinox | 147 OPI |
| 106 KFC | 127 Pandora | 148 |
| 107 China Wok | 128 Steve Madden | 149 Panama Hats |
| 108 La Lucha | 129 | 150 Turibus |
| 109 Manduca | 130 Bombs Confits | 151 Perú y money Gram |
| 110 Bombos | 131 GAP | 152 La bomboniere |
| 111 Guess | 132 CAT | 153 Mangos |
| 112 Michelle Belau | 133 Aero 87 | 154 Popular |
| 113 MAC | 134 Qala | 155 Chili's |
| 114 Ilaria | 135 Paez | 156 Pinkberry |
| 115 Milano Bags | 136 Salomón | 157 Perú Rail |
| 116 Menta y Chocolate | 137 Do it | 158 The time |
| 117 Espirit | 138 Touché | 159 La Havana |
| 118 Cines UVK | 139 UGG | 160 Gelarti |
| 119 Phantom | 140 Swatch | 161 Juan Valdez |
| 120 Teatro Plaza | 141 L'Occitane | 162 Tania |
| 121 Arábica | 142 Fridays | 163 Bowling |
| | | 164 Coney Park |

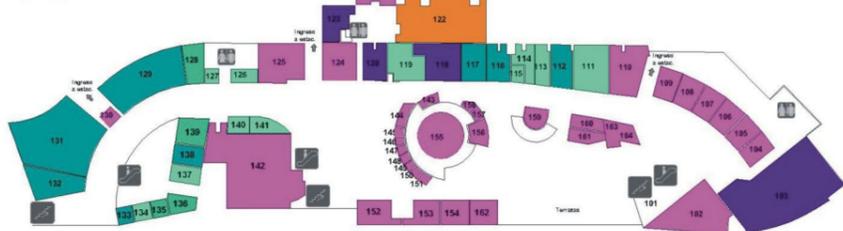
Planta -3



- | | |
|------------------|--------------------|
| 001 Florshaim | 010 Delicias |
| 002 Beloved | 011 Air Sport Club |
| 004 Justice | 012 Now |
| 005 GMO | 013 Radiochak |
| 006 Colloky | 014 Samsonite |
| 007 Montalvo Spa | 015 Wong |
| 008 Baby Infanti | |

- LEYENDA**
- Restaurantes, cafeterías, pubs
 - Ocio y deporte
 - Ropa deportiva
 - Hogar y servicios

Planta -2



- | | | |
|---------------------|--------------------|---------------------|
| 203 Brooks Brothers | 218 Cueris Veléz | 235 Bamers |
| 204 Puma | 220 Kuna | 236 Be design |
| 205 Nine West | 221 Studio F | 237 La Ibérica |
| 206 My shop | 222 Adidas | 238 Nike |
| 207 Starbucks | 223 Singlass Hut | 239 Lippi |
| 208 Desigual | 224 Timberland | 240 Papacho's |
| 209 Quiksilver | 225 Renzo Costa | 241 Kipling |
| 210 Aldo | 227 Hush Puppies | 242 Chili Beans |
| 211 RFK | 228 Converse | 243 Bamers |
| 212 Creplier | 229 The North Face | 244 Be design |
| 213 Oakley | 230 Nike | 245 La Trattoria |
| 214 EXIT | 231 Lippi | 246 Banana Republic |
| 215 Crackers | 232 Papacho's | 247 Maestro Tzu |
| 216 Sol Alpaca | 233 Kipling | |
| 217 Carati | 234 Chili Beans | |



Larcomar consiste en una serie de volúmenes y espacios empotrados al borde del barranco, ofreciendo una secuencia espacial y de vistas controladas hacia el paisaje marino, su ubicación debajo del Parque Salazar (equipamiento urbano importante del distrito), lo hace especial, más atractivo y diferente al resto de centros comerciales. Los materiales empleados durante su construcción son concreto armado, acero, madera y con cerramiento de vidrio que permite apreciar la hermosa vista que su ubicación estratégica brinda.

<http://www.larcomar.com/>
<https://es.wikipedia.org/wiki/Larcomar>

2.2 Marco teórico

2.2.1 Sociología del ocio.

Pinilla (1996), afirma: desde hace más de un década puede hablarse de la existencia institucionalizada de una sociología del ocio. Estudios sobre los aspectos y problemas del empleo del tiempo libre por diversos grupos sociales, habían sido realizados antes de la II Guerra Mundial en los años 1945-1955, pero eran fruto de la actividad de investigadores aislados. Estos se movían dentro de dos áreas de intereses predominantes: el primero, el tipo de marco o determinación urbana (ocio en el suburbio residencial, ocio en la ciudad fabril, etc); segundo, el impacto de la rutina del trabajo industrial taylorizado⁴, sobre el uso fuera del trabajo. La sociología del ocio aparecía como directamente derivada de la sociología industrial⁵ o de la sociología urbana⁶, sus estudios sobre el empleo del tiempo libre podían hallarse exentos de la acusación de frivolidad. Dos grupos universitarios contribuyeron a la institucionalización académica de una sociología del ocio independiente de la industrial: David Riesman de la Universidad de Chicago y Joffre Dumazedier en el Centro de Estudios Sociológicos en París. La nueva sociología no tenía por qué recurrir necesariamente al funcionalismo (pero sí, en gran parte, a la teoría de la acción); característico de ella es el rigor metódico y la innovación teórica, cualidades que podemos atribuir a Dumazedier y a Riesman.

Además, nos dice que: los problemas sociales del ocio y el análisis de la acción ociosa, emergen ante nosotros como problemas muy complejos, por lo menos dos motivos fundamentales: el creciente número de horas de ocio de que dispone el ciudadano de la sociedad que llamamos afluente; la multifuncionalidad de la persona humana, que conecta la acción ociosa con una serie de subsistemas de la sociedad.

⁴ **Taylorismo:** hace referencia a la división de las distintas tareas del proceso de producción. Fue un método de organización industrial, cuyo fin era aumentar la productividad y evitar el control que el obrero podía tener en los tiempos de producción.

⁵ **Sociología industrial:** se especializa en problemas humanos en el interior de las fábricas con preocupación por la productividad.

⁶ **Sociología Urbana:** estudio sociológico de la vida social y de las interacciones humanas en áreas metropolitanas. Estudia estructuras, procesos, cambios y problemas de un área urbana.

Así mismo, la reducción de la jornada de trabajo y la implantación de fines de semana amplios, han abierto ante el habitante de la sociedad industrial una situación que es la contraria a la que sufrió su antepasado de clase en las primeras etapas de industrialización⁷. En aquel entonces, el hombre compartía el trabajo con su familia: los niños trabajaban en las fábricas o en las minas muchas veces al lado de la madre o del padre; por lo que el trabajo se presentaba como oposición a la vida, alineación de la condición humana según el análisis de Marx y el impacto de esta alineación era inevitable en el breve tiempo de no-trabajo: siendo este tiempo la única posibilidad de recuperar la condición humana, sin embargo, era vivido deshumanizándolo. Hoy el hombre no comparte con su familia el trabajo, sino el ocio.

El autor también nos explica: Wright Mills empezó a tratar el problema de la alineación de la persona en el ocio, no causada por la deshumanización del trabajo, sino por la comercialización masiva del ocio que imponen los industriales de la ociosidad. Las diversas formas de ocio son hoy el contenido de empresas mercantiles poderosas, cuyos volúmenes agregados de giro anual superan los productos brutos de enteros sectores económicos, como el primario. La comercialización del ocio implica un cierto grado de planificación, sometiendo a la persona a los planes de la empresa comercial y rindiendo su ocio personal a las formas de ocio colectivo. El análisis sociológico pasa del estudio del impacto del trabajo sobre el ocio, al estudio del impacto del ocio sobre el trabajo. Seis clases de relaciones funcionales analíticas aparecen entre la unidad trabajo-ocio:

- Relación con el sistema ocupacional, que produce la estratificación de los individuos en clases sociales, a cada una de las cuales es asignable un promedio estadístico de ingresos por familia. La relación ocio/clase social es de distinta índole en sociedades fuertemente estratificadas y donde las barreras clasistas permanecen reforzadas por los desniveles de renta, que en sociedades donde hay en operación procesos de

⁷ **Industrialización:** consiste en la producción de bienes a gran escala, mediante la utilización de máquinas accionadas por nuevas fuentes de energía.

movilidad social vertical. En el primer caso el ocio es de clase, y en los escenarios de las actividades ociosas apenas hay mixtión de clases sociales, pero en el segundo caso el ocio es colectivo, ya que los individuos pertenecientes a lugares muy alejados entre sí en el sistema ocupacional, borran sus diferencias de clase a través de la participación anónima en una misma actividad ociosa.

- Relación con el sistema urbano considerando los cambios sociales que implica el paso de las urbes tradicionales a las modernas conurbaciones de suburbios residenciales. Resulta casi banal recordar el restringido abanico de formas de ocio vigentes en el burgo rural (la taberna, el paseo por la calle mayor o por los soportales⁸, etc.), como ejemplo opuesto al ocio de la urbe industrial o terciaria. Pero, la situación cambia cuando la urbe es exclusivamente un lugar de trabajo y no de residencia; para el suburbanita no hay evasión a la privacidad, puesto que, necesariamente debe reintegrarse al hogar suburbano en un período de tiempo largo por las grandes distancias.

- Relación sistema urbano y sistemas de control, que la investigación empírica muestra que la variable de industrialización y el desarrollo económico actúa en sentido opuesto a la variable clase social cuando se estudian las formas de ocio. En una sociedad no hay un único sistema de control social, sino que hay sistemas para cada clase o grupo social. Las cosas permitidas para una clase privilegiada o para una clase marginal, no lo son para las clases medias o para los estratos superiores de la clase obrera.

En definitiva, Trais (1966) afirma: la libertad de auto-realización en el tiempo libre depende de lo que los individuos llevan en sí mismos. Se verán sometidos a la manipulación de las industrias del ocio o podrán evadirse de la persuasión colectiva, según que interiormente sean ricos o pobres, estén armados gracias a la educación recibida, o se hallen desarmados a causa de

⁸ **Soportales:** es el espacio arquitectónico cubierto que, en algunos edificios o manzanas de casas, se dispone ante las entradas para protegerse de la lluvia y el frío, permitiendo el tránsito de peatones.

no haber recibido durante su juventud la formación precisa para la autorrealización individual. (p. 230)

Si el desarrollo económico actúa como variable opuesta a la rigidez de la clase social, es algo que aparecerá ahora más claro en cuanto observamos que urbanización y comercialización del ocio abrazan a individuos de distintos estratos sociales; la ética del ocio era altamente clasista en una sociedad dominada por la ética del trabajo; la ética del ocio no puede ser clasista en una sociedad donde el ocio generalizado es un fin en sí. Por tanto, urbanización y manipulación comercial del ocio no solo relajan el sistema de control social tradicional: tienden a crear un sistema nuevo.

- Relación con el sistema del parentesco, ya que el papel de la institución familiar es crucial tanto en la situación, ya históricamente superada, en que la familia era una unidad de producción, como en la situación presente en que la familia es unidad de consumo de ocio.

- Relación con la cultura no material de la sociedad, debido a que la educación científica y la acumulación de investigación científica deberán sin duda ser puestos al alcance de un número mucho mayor de personas que la actual minoría de especialistas.

- Relación con la cultura material, generada por la aparición de objetos materiales como la cámara cinematográfica, el aparato de radiotelevisión y el automóvil, han ejercido un impacto sobre las formas de vida de la gente, y por ende del ocio. Una serie de objetos materiales han trascendido la mera condición de instrumentos del hombre, para incorporarse a los procesos de transformación de la vida humana como si ellos mismos fuesen sujetos-agentes.

En términos sociológicos, el ocio se entiende como el tiempo en el que se realizan actividades voluntarias. Desde la Antigüedad, el ocio se desarrolló en esa línea en el entorno cultural europeo. Virgilio entendía el ocio como un don y para Séneca, el ocioso era aquel hombre que tiene conciencia de su ocio. No será, hasta que la Revolución Industrial transforme las estructuras productivas, económicas y sociales, así como los modos y hábitos

de vida de los ciudadanos, cuando los pensadores comiencen a desarrollar elaboraciones conceptuales más precisas y que vinculan por clara contraposición la acción del ocio con la del trabajo. El surgimiento de la sociología del ocio en la segunda mitad del siglo XX es resultado del desarrollo de las sociedades industriales avanzadas y de los nuevos hábitos de vida que trae aparejado el capitalismo. (Veblen, s.f.)

Colinas (2015), afirma: la sociología estudia la sociedad y los cambios que en ella se producen. Ahora también hablamos de sociología del ocio puesto que el ocio ha adquirido con el paso del tiempo una gran importancia debido al aumento del tiempo libre; pasa de un ocio espontáneo, a un ocio planificado, del que pueda disfrutar la mayoría; el ocio se ha convertido en una necesidad social; la Declaración Universal de los Derechos Humanos proclamaba en 1984 que toda persona tiene derecho al descanso, al disfrute del tiempo libre, limitación de la duración del trabajo y a vacaciones periódicas remuneradas. La animación sociocultural tiene como uno de sus fines que el tiempo libre sea aprovechado de forma constructiva y no alienante, que contribuya al crecimiento personal y social de todos los individuos. El ocio ocupa un lugar muy importante, su industria se desarrolla de forma creciente con el fin de responder a la demanda que tiene y ofrecer cada vez más, diversas actividades para satisfacer estas necesidades de ocio. Las diferentes propuestas de ocio que van surgiendo, se presentan como una salida profesional para los animadores socioculturales y las personas cada vez consumen un porcentaje superior de su renta en consumo de ocio. La mayor disponibilidad de tiempo libre y la multiplicidad de ofertas de ocio, encierran contradicciones que se deben considerar para aprovechar el tiempo libre y disfrutar del ocio, contribuir a un enriquecimiento personal e incidir en una mejora de la calidad de vida.

La teoría antes expuesta, nos permite entender el comportamiento de las personas en relación al ocio y como en la actualidad, las diversas formas de ocio son el objetivo de muchas empresas poderosas, quienes mediante un ocio colectivo intentan cubrir esta necesidad. La propuesta busca brindar un espacio de ocio a los pobladores para un mejor

uso de su tiempo libre y dar una nueva opción de inversión a entidades públicas y privadas con este proyecto; además contendrá diversas alternativas de ocio que los pobladores podrán consumir, por lo que invertirán dinero a cambio de satisfacer esta necesidad sea de manera personal, familiar o grupal, pero que contribuya en su crecimiento personal y social.

2.2.2 Acupuntura urbana

Lerner (2003), afirma que siempre tuve la ilusión y la esperanza de que con un pinchazo de aguja sería posible curar las enfermedades. El principio de recuperar la energía de un punto enfermo o cansado por medio de un simple pinchazo tiene que ver con la revitalización de ese punto y del área que hay a su alrededor. Creo que algunas "magias" de medicina pueden, o deben ser aplicadas a las ciudades, porque muchas de estas están enfermas, algunas casi en estado terminal. Así como la medicina necesita de la interacción médico y paciente, en urbanismo también es preciso hacer reaccionar a la ciudad. Pinchar un área de tal manera que ella pueda ayudar a curar, mejorar, crear reacciones positivas y en cadena. Es indispensable intervenir para revitalizar, hacer un organismo trabajar de otra manera. Muchas veces me pregunto a mí mismo porque determinadas ciudades consiguen hacer transformaciones importantes y positivas. Encuentro innumerables y variadas respuestas, pero una de ellas me parece común a todas estas ciudades innovadora: porque en ellas se propició un comienzo, un despertar. Es lo que hace que una ciudad reaccione. Sabemos que el planeamiento es un proceso. Por más bueno que sea, no consigue generar transformaciones inmediatas. Casi siempre es una chispa que inicia una acción y la consecuente propagación de esta acción, es lo que llamo una buena acupuntura. Una verdadera acupuntura urbana (...). En algunos casos, las intervenciones se dan más por necesidad que por deseo, para ser heridas que el propio hombre produjo en la naturaleza, como las canteras. Con el tiempo, estas heridas crearán otro paisaje. El aprovechamiento de estos paisajes y de las correcciones de lo que el hombre había hecho mal es acupuntura de excelentes resultados. (p.1-2)

Además el autor explica que, no siempre la acupuntura se traduce en obras. En algunos casos, es la introducción de una nueva costumbre, un nuevo hábito, que crea condiciones positivas para la transformación. Muchas veces una intervención humana, sin planeamiento o sin realización de una obra, acaba convirtiéndose en una acupuntura. (p.2)

A su vez, indica que es fundamental que una buena acupuntura urbana promueva la conservación o el rescate de la identidad cultural de una localidad o comunidad. Muchas ciudades hoy necesitan de una acupuntura porque dejaron de cuidar su identidad cultural. Un triste ejemplo de eso es el desaparecimiento de los cines municipales (...). La memoria de la ciudad es nuestro bello retrato de familia. Tal como se rompe un bello retrato de familia, y el bello cine forma parte de este retrato, no se puede perder un punto de referencia tan importante en nuestra identidad. (p.3)

Lerner, nos dice que muchos de los grandes problemas urbanos ocurren por falta de continuidad. El vacío de una región sin actividad o sin vida se puede sumar a los vacíos de los terrenos baldíos. Rellenarnos sería buena acupuntura. Es importante también incluir la función que falta a determinada región. Si solo existe actividad económica y falta gente, es esencial incentivar la población. Si lo que ocurre es la falta de actividad, lo fundamental es incentivar los servicios (...). Un terreno cuando está vacío, tiene que ser rellenado inmediatamente, preferentemente con alguna actividad de animación. Defiendo hasta posibilidad de que se instalen nuevas estructuras provisionales para consolidar algunas actividades hasta que surjan nuevos proyectos. Es la acupuntura de nuevas estructuras a través de instalaciones de estructuras portátiles, que puedan ser colocadas en el local hasta para garantizar vida, revitalizar una región, generando la función urbana que estaba faltando. Si falta actividad y entretenimiento durante la noche se necesita estructura de entretenimiento. Si por otro lado, estaba faltando población se deben traer poblaciones. Pero todo eso rápidamente, casi instantáneamente. (p.12)

También, afirma que una buena acupuntura es ayudar a traer gente a la calle, crear puntos de encuentro y, principalmente, hacer que cada función urbana catalice bien el encuentro entre las personas (...). Cuanto más se entienda la ciudad como integración defunciones, de renta, de edades, más encuentro, más vida ella tendrá. (p.15)

Lerner, describe las instrucciones que se deben seguir para hacer acupuntura urbana:

- No olvidar que la ciudad es el escenario de encuentro. Congregadora por definición, la ciudad es el centro a partir del cual se crean los códigos de convivencia. La ciudad es también el último refugio de solidaridad. La ciudad no es el problema, es la solución.
- El gran problema fue la separación entre las actividades económicas y los asentamientos humanos. Se separó trabajo y vida. La ciudad es una estructura de vida y trabajo, juntos. La ciudad es una integración de funciones. Cuanto más se integren las funciones urbanas, cuanto más se mezcle renta, edades, más humana será la ciudad.
- El automóvil es nuestra suegra mecánica. Tenemos que mantener buenas relaciones con ella, pero no podemos dejar que ella comande nuestra vida. Es necesario saber relacionarse con el automóvil, mas no ser esclavo de él.
- Las rutas son escenarios listos, demasiado caros para servir a apenas una función. Por eso, pueden y deben tener un uso múltiple y escalonado en el tiempo. (p.19-20)

La acupuntura tiene una tarjeta de movilidad, ya que no es siempre una transformación física. Algunas veces es una buena idea que puede mejorar la vida de una ciudad. Las grandes ciudades enfrentan problemas de circulación terribles y a consecuencia la preocupación excesiva por el automóvil acarrió. Igualmente, las ciudades que revirtieron esta nefasta tendencia y dieron prioridad al transporte público, que hicieron cae al uso excesivo del automóvil, todavía enfrentan esos problemas, porque la costumbre, el vicio de querer llegar a las áreas más densas, todavía continúa (...). No es nada en contra de los automóviles. La idea es usarlos

adecuadamente. No dejar que él inviabilice la ciudad. Creo que la gran solución para eso es la creación de una tarjeta de movilidad, pre-pagada que podrá ser usada en todos los medios de transporte. La solución para una movilidad más racional es la integración de todos los medios. El secreto es no permitir que el auto, taxi, ómnibus, metro compitan por el mismo itinerario. (p.24-25)

Otra forma, de hacer acupuntura, para Lerner es por medio de la reforestación, ya que la vegetación puede ser una buena acupuntura urbana. Ciudades que no tienen grandes atractivos en determinadas regiones cambian radicalmente cuando son reforestadas. El árbol es la acupuntura que cura el dolor de la ausencia de sombra, de vida, de color, de luz. (p.26)

Por otro lado, el arquitecto finlandés Marco Casagrande (2013), afirma que: percibe cada ciudad como una serie de organismos de energía compleja en la cual diferentes capas súper impuestas de flujos de energía determinan las acciones de los ciudadanos y a la vez el desarrollo de la ciudad. Concentrándose en las normas de la ecología y el diseño urbano, define la acupuntura urbana como una herramienta de diseño que contribuye a la manipulación puntual, dando lugar a un desarrollo urbano sostenible.

La provincia de Chiclayo es un centro de intercambio comercial y turístico, sin embargo, es de conocimiento de todos los pobladores la problemática existente en la actualidad, como es: el desorden e inadecuado uso de suelo, no existe un planeamiento del crecimiento urbano y tienen un sistema vial inadecuado; para lo cual, se necesita afrontar los diversos problemas desde un punto de vista del hecho arquitectónico, planteando nuevas alternativas como este proyecto, con el fin de cubrir el déficit de equipamiento de recreación y mejorar la calidad de vida de la ciudad, ya que siempre donde se ejecuta un nuevo proyecto, su entorno se ve afectado casi siempre de forma positiva.

Con el conocimiento de la teoría antes expuesta, se entiende que no se debe poblar por poblar la ciudad solo con viviendas, sino que ésta

deberá un ordenamiento territorial que permita establecer todos los usos de suelo y equipamientos que requiera de forma organizada; por lo que se necesita de esa “inyección” de una nueva infraestructura, la cual funcionará como con un equipamiento novedoso y sostenible que concentre a los ciudadanos y les brinde alternativas para usar su tiempo libre. El objetivo del proyecto “Centro de ocio”, es brindar a los pobladores un espacio confortable que les permita desempeñar actividades de ocio acordes con nuestra realidad, enfocarnos en el comercio y la recreación como principal fuente económica y ser los primeros en el país en tener un Centro de Ocio. A su vez se busca diseñar un ente arquitectónico que contenga espacios públicos y múltiples áreas verdes, lo que permitirá a los pobladores disfrutar del encuentro con la naturaleza y respirar un aire más puro.

2.2.3 El funcionalismo

DEFINICIÓN.DE. (s.f), define al funcionalismo como: "La corriente que estudia la sociedad sin tener en cuenta su historia; estudia la sociedad tal y como la encuentra, intentando comprender como cada elemento de la sociedad se articula con los demás, formando un todo y ejerciendo una función dentro de esa sociedad".

ARQUBA (s.f), afirma que: las teorías funcionalistas toman como principio básico la estricta adaptación de la forma a la finalidad o “la forma sigue a la función” que es la belleza básica; pero que no es incompatible con el ornamento, que debe cumplir la principal condición de justificar su existencia mediante alguna función tangible o práctica, ya que no es suficiente deleitar a la vista, sino que también debe articular la estructura, simbolizar o describir la función del edificio, o tener un propósito útil. Resumiendo en las palabras de G. Dorfles, es funcional “aquel sistema constructivo en que el empleo de los materiales está siempre de acuerdo con las exigencias económicas y técnicas en el logro de un resultado artístico. Al decir arquitectura funcional significa aquella arquitectura que logra, o se esfuerza por lograr, la unión de lo útil con lo bello, que no busca solo lo bello olvidando la utilidad, y viceversa”.

ARQHYS Arquitectura (s.f), define al funcionalismo en la arquitectura, como uno de los principios básicos en que debe apoyarse el arquitecto a la hora de efectuar sus diseños, pues es muy importante que se diseñe en relación a la función que el edificio va a cumplir. El funcionalismo pretendía ser una arquitectura racional y funcional con un objetivo social, sobre todo en el ámbito de la vivienda. Los nuevos materiales eran el hormigón, el hierro y el cristal, que eran combinados en cuerpos arquitectónicos "auténticos" y estaban despojados de las tendencias decorativas de épocas pasadas.

Para Le Corbusier y Wright (2012), el funcionalismo surge y se desarrolla entre 1920 y 1930, consideraba la forma y estructuración de los elementos arquitectónicos, así como el material y la elaboración de muebles, como expresión de la utilidad práctica y de la construcción técnico-matemática. Las formas verticales se alternan con las horizontales, se abandona el concepto de fachada principal, todos los planos importan. Su afán de espacio interior se refleja en las cristaleras: el cristal fue el gran asociado del racionalismo.

Según Islas (2012), las teorías funcionalistas toman como principio básico la estricta adaptación de la forma a la finalidad o "la forma sigue a la función", que es la belleza básica. Ya no es suficiente deleitar a la vista, sino que también se debe articular la estructura, simbolizar o describir la función del edificio o tener un propósito útil. La arquitectura funcional es aquella logra, o la unión de lo útil con lo bello.

Esta teoría nos indica que el proyecto deberá buscar que todos los espacios desarrollen adecuadamente cada una de las funciones que desempeñan, sin dejar de ser bellos; esto con el fin de permitir a los usuarios hacer uso de sus instalaciones con mayor facilidad y comodidad.

2.2.4 El contextualismo

Brea (2012), indica que el contextualismo en arquitectura es la teoría que comenzó a difundirse por el mundo en los años 70. Sus

fundamentos son: respetar el entorno, ensamblar lo nuevo para que no sea una pieza aislada, crear un orden armónico y buscar la integración con el paisaje. El "contexto" abarca todos los factores geográficos, físicos, culturales, históricos, sociales y de elementos construidos que caracterizan un lugar determinado en el que se va a desarrollar una obra.

Fernández (1999), dentro de su esquema de las lógicas proyectuales, destaca que: "El método contextualista es el principio por el cual los proyectos arquitectónicos deben ser deducidos del contexto preexistente" (p.95).

Y en otro de sus libros, Fernández (1999-2000), destaca que: una posible lógica proyectual es un punto de llegada o conclusión respecto de un conjunto de operaciones formales deductivas, desde lo macro (ciudad o estructura territorial preexistente, en general) a lo micro (el objeto resultante del acto proyectual) (p.177)

Fernández, Gobbi (s.f.), indica que: es necesario aclarar que la noción de contexto no se refiere exclusivamente a los aspectos físicos y espaciales del entorno de la obra arquitectónica, sino que incluye especialmente los valores culturales que diferencian a cada lugar particular. Es decir que la conexión del edificio contextualista con su entorno inmediato estaba dada no solo por una configuración espacial que continuara las líneas trazadas por el paisaje lindante, sino que era recomendable que tuviera también una conexión formal que indicara una continuidad con los aspectos más distintivos y exclusivos de la cultura local.

La teoría antes expuesta, nos indica que se debe considerar el entorno del terreno donde se implante el proyecto y ejecutar un diseño que respete las diversas características del mismo, de modo que forme parte de él y se vea como un solo conjunto.

2.2.5 Centros comerciales⁹, espacios postmodernos de ocio

Escudero (2008), afirma: los centros comerciales se han convertido en el escenario más evidente de la posmodernidad en todos sus sentidos, pero también en los enclaves a partir de los cuales se han articulado con toda su fuerza los procesos de globalización económica, social y cultural, así como sus contradicciones.

Como señala el autor, el término centro comercial presenta dos posibles significados: Por un lado, centro comercial puede significar el área comercial clásica de una ciudad, que generalmente coincide o ha coincidido con su centro histórico y donde aparecen un elevado número de establecimientos y tiendas. Por otro lado, por centros comerciales pueden entenderse aquellos nuevos espacios surgidos en la periferia urbana, los conocidos de forma genérica en la literatura anglosajona como malls. Estos no sólo albergan actividades de compra-venta en sentido tradicional, ya que aparecen combinadas cada vez más con actividades de ocio, incluso convirtiéndose lo comercial como pretexto y finalidad para la ocupación del tiempo libre de los usuarios.

La clave del éxito del centro comercial ha venido, en esencia, por la combinación de la compra y el entretenimiento: Ocio y consumo son indisolubles, pues el uno encierra al otro, para recrearse se consume y para consumir se pasa un rato agradable. Los centros comerciales se han configurado como «catedrales del consumo» pues es la elevada concentración de bienes y servicios y, especialmente, su alta variedad, lo que facilita su venta y atrae a más usuarios. Para conectar con el usuario se crea un ambiente en el que éste se sienta cómodo y sobre todo persuadido en su deseo de consumir. Muchos de ellos se especializan en determinadas gamas de productos o para determinados perfiles de clientes. En otros casos, surgen las llamadas «ciudades comerciales», reproducen a escala real arquitecturas

⁹ **Centros comerciales:** son construcciones que constan de uno o varios edificios, por lo general de gran tamaño, que albergan servicios, locales y oficinas comerciales aglutinados en un espacio determinado concentrando mayor cantidad de clientes potenciales dentro del recinto.

y calles que recuerdan a ciudades de tiempos pasados, de otros lugares y paisajes, o sencillamente extraídos de la imaginación de los proyectistas.

Escudero Gómez destaca cómo los malls y sus diversas tipologías ya no solo suponen una alternativa al ocio habitual de los ciudadanos, sino que han venido a sustituir la función desempeñada por el espacio público urbano, principalmente la que se refiere al ocio: «En los centros comerciales se recrea la ciudad ideal, la utopía urbana en un solo edificio». En especial, para sectores de población joven, para los que ha supuesto su «hábitat principal» de relación y contacto social; las facilidades que propicia el mall para el ocio permiten que el usuario consuma más o que incluso el consumo sea concebido como una actividad de ocio. Un caso muy generalizado es el cine, que se ha constituido como la gran actividad de ocio dentro de los centros comerciales.

Curiosamente, desde el poder político, los centros y áreas comerciales se promueven como iniciativas «públicas», respondiendo a demandas de ocio y de esparcimiento, cuando en la mayoría de los casos son el resultado de nuevas expansiones urbanísticas, de áreas residenciales donde se antepone lo privado, el hermetismo o la segregación social frente a lo que tradicionalmente ha definido la vida urbana: la interacción entre el individuo y la comunidad, la convivencialidad o el uso compartido de lugares. El mall es el reverso de la cultura ciudadana, la negación del espacio público donde se mezclaba el trabajo y el descanso.

2.2.6 La complementariedad entre el comercio y el turismo en la nueva economía del ocio

Martín Cerdeño (2002), nos dice que el uso del tiempo libre para el entretenimiento tiene una participación creciente tanto en el hogar como fuera del mismo, y en nuestros días, atendemos a la proliferación de un amplio conjunto de actividades que se engloban en la economía del ocio: turismo, restauración, compras, deportes, espectáculos, bricolaje y otros. Cada vez son más abundantes los estudios que coinciden en señalar que las

actividades relacionadas con el tiempo libre, presentan un elevado potencial de crecimiento; esto es, los parques de ocio, establecimientos de comida rápida, tour operadores y agencias de viaje, cadenas hoteleras, la industria editorial o los nuevos formatos comerciales aparecen como las principales oportunidades empresariales en este comienzo de siglo.

a) El ocio entre las necesidades y disponibilidades de los consumidores: el hombre a medida que extiende su civilización aumenta las disponibilidades para satisfacer algunas necesidades pero, al mismo tiempo, amplía el horizonte para sus nuevas apetencias. El ocio se ha introducido como un fenómeno relevante dentro de las cuestiones sociales y ha sido objeto de manifestaciones durante siglos. La participación del gasto en actividades de ocio ha ido paralela a la distribución del tiempo; ante una mayor repercusión del entretenimiento en el reparto del tiempo de los individuos hay un gasto creciente en este conjunto de actividades

b) Comercio y turismo, complementariedad entre actividades de ocio: la economía del ocio presenta un elevado potencial de crecimiento y en estos momentos los consumidores dedican, cada vez con una mayor participación relativa, cantidades elevadas de dinero al año a vacaciones de verano, “puentes” o fines de semana largos, cine, alquiler de vídeos, equipamiento deportivo, espectáculos, competiciones deportivas, apuestas, parques de atracciones y temáticos, libros, revistas, discos o cualquier otra forma de entretenimiento y diversión. En este sentido, el comercio y el turismo se identifican como dos pilares básicos dentro de la economía del ocio.

2.3 Marco conceptual

2.3.1 Definiciones básicas

Centros de ocio

Un centro de ocio es un lugar que ofrece diversas distracciones reunidas bajo un mismo techo, donde se puede dar respuesta social y económica a la necesidad de ocupación del tiempo libre que queremos dedicarlo al esparcimiento en actividades con amigos o solos, de tipo cultural, deportivo, creativo, etc.

Ocio

Gonzáles (1971), asevera: "El ocio es toda actividad no obligatoria a la que uno se dedica después de haber cumplido sus deberes laborales, familiares y sociales".

Por otro lado, La Asociación Internacional World Leisure & Recreation Association (1993), en la carta sobre La Educación del ocio, define al ocio como una experiencia humana vital y como un derecho humano básico, como la educación, el trabajo y la salud.

Así mismo, Cuenca (1999), dice: "Me interesa la vivencia del ocio en cuanto experiencia enriquecedora, gratuita y solidaria. Experiencia necesaria de la naturaleza humanas, que nos permite establecer el equilibrio físico y psíquico y nos abre las puertas a la creatividad, la imaginación, la utopía, la contemplación y el altruismo" (p.19-20).

El sociólogo Jofre Dumazedier (1971), señala que el ocio es un conjunto de ocupaciones a las que el individuo puede entregarse de manera completamente voluntaria, tras haberse liberado de sus obligaciones profesionales, familiares y sociales, para descansar para divertirse, para desarrollar su información o su formación desinteresada, o para participar en la vida social de su comunidad.

Finalmente, Gómez (1998), conceptualiza el ocio desde tres enfoques diferenciados:

1. Dimensión básica de la vida cotidiana de la persona en función de los hábitos y comportamientos socioculturales de su comunidad.
2. Derecho que ha de ser garantizado por las políticas de servicios sociales con el objetivo de reducir la inactividad y las conductas antisociales que puedan aparecer en el tiempo libre de las personas.
3. Factor de desarrollo integral de la persona humana, valorado como ámbito de expansión cultural idóneo para promover experiencias con fines formativos y terapéuticos.

En el blog de Alatorre (2011), se menciona que el importante desarrollo del ocio durante la segunda mitad del siglo XX y el SXXI, ha supuesto una importante diversificación del mundo del ocio hasta el punto que podemos hablar de distintos tipos de ocio, suficientemente distintos entre sí como para definirlos separadamente:

- ✓ **Ocio nocturno:** ocio asociado a la noche y actividades que en ellas se desarrollan, bares, discotecas, y demás lugares en los que la música y la bebida son los pilares centrales.
- ✓ **Ocio de espectáculo:** entre los que podemos distinguir los culturales (teatro, ópera, cine) y los deportivos.
- ✓ **Ocio deportivo:** se refiere a la práctica de algún deporte.
- ✓ **Ocio alternativo:** dirigido a jóvenes para proporcionar una alternativa sana a sus salidas nocturnas.
- ✓ **Ocio activo:** actividades en las cuales aquellos usuarios que están inmersos en ellas emplean excesiva energía.
- ✓ **Ocio pasivo:** implica cierta actividad física como el caminar o el yoga, que impliquen poco empleo de energía. La sociedad actual, nos deja apenas espacio para actividades que pueden atenderse a través de distintos intereses y disponibilidad de la persona.

La demanda del ocio

Gutierrez (2003), en su informe menciona que el consumidor de ocio de nuestros días es complejo. A diferencia del consumidor del pasado, de actitud paciente, pasiva y expectante, el consumidor de hoy exige:

- ✓ Respuestas inmediatas, rápidas y espectaculares
- ✓ Mayor participación e interacción a la hora de utilizar las atracciones/juegos
- ✓ Renovación constante de la oferta
- ✓ Desarrollos creativos en el diseño de las atracciones
- ✓ Tecnología punta

Autotelismo

En EcuRed, se menciona que: es un término generado y adoptado por la Cátedra de ocio y Minusvalía de la Universidad de Deusto, que tras los trabajos llevados a cabo por Cuenca (1995, 2000b), Madariaga (1996, 1998), Gorbeña (1999) y Lázaro (1997) entre otros, caracteriza al ocio como un conjunto de actividades que tienen un fin en sí mismas y en la sensación gratificante que producen al practicarlas.

Tiempo libre

Martínez del Castillo (1996), asevera: "Es el tiempo que un individuo tiene después del trabajo, otros deberes y necesidades y que puede dirigir hacia otras finalidades: descanso, distracción participación y relación social o perfeccionamiento personal" (p.14).

Por otro lado, Manuel Cuenca (2000), indica que: "Esta serie de actividades, no laborales, pueden llegar a ser obligatorias, como tareas domésticas cotidianas, desplazamientos, compras de primera necesidad, actividades religiosas, etc".

Desde otra perspectiva, García (2000), indica: "El tiempo libre juega, cada vez más, un papel de agente de la transformación social. Este supone un tiempo disponible, desligado de las tareas de producción; es un tiempo dinámico del que se busca obtener el máximo provecho" (p.43).

Weber (1963), recogido en Pestana (2007, p.17) considera las siguientes funciones del tiempo libre:

- a.- Función de regeneración: recuperar energías corporales y anímicas. Puede ser pasiva como el sueño y el reposo, o activa, en forma de juegos, excursiones, trabajos y jardinería, etc.
- b.- Función de compensación: equilibrio frente a determinadas insuficiencias, mediante la superación de las dificultades o indirectamente con una sustitución de los anhelos no satisfechos.
- c.- Función de ideación: es el ocio contemplativo, posible sólo en el tiempo libre de trabajo.

Recreación

Weber nos dice que la recreación implica una renovación de fuerzas gastadas en el trabajo. Recreación de las energías empleadas de tal manera que el hombre se sintiera restablecido para realizar nuevas tareas (p.11).

Para Ines Moreno, la recreación es la actividad humana libremente asumida que transforma al individuo y al medio al actualizar el potencial creativo, abarcando la totalidad de su expresión relacionando al hombre con su contexto histórico-social, aportando sus valores para enriquecerlos. (p.11)

Dumazedier (1987,) señala que la recreación es un conjunto de ocupaciones a las que el individuo puede entregarse con pleno consentimiento, ya sea para descansar, divertirse, desarrollar su participación social voluntaria, su información o formación desinteresada, después de haberse liberado de toda obligación profesional, familiar, social. (p.14)

La recreación posee los siguientes atributos o características:

- ✓ Ocurre en el tiempo libre. La recreación se practica durante el ocio.
- ✓ La recreación provee goce y placeres.
- ✓ Es voluntaria la persona la elige sin compulsión de imaginación. La persona es libre para seleccionar el tipo de actividad que más le interesa y que le provea satisfacción personal.
- ✓ Ofrece satisfacción inmediata y directa
- ✓ Se expresa en forma espontánea y original
- ✓ Ofrece oportunidad de auto-expresión y de ella extrae la diversión
- ✓ Le da la oportunidad al individuo de manifestar su creatividad.
- ✓ Provee un cambio de ritmo de la vida cotidiana
- ✓ La recreación es sana, constructiva y socialmente aceptable
- ✓ Incluye actividades pasivas y activas

Cultura

Tylor (1871), asevera: “La cultura es un complejo conjunto de conocimientos, creencias, arte, moral, ley, costumbres y demás capacidades o hábitos adquiridos por el hombre por su condición de miembro de la sociedad”.

Boas (1930) definió la cultura de la siguiente manera: la cultura incluye todas las manifestaciones de los hábitos sociales de la comunidad, las reacciones del individuo en la medida en que se vean afectadas por las costumbres del grupo en el que vive, y los productos de las actividades humanas en la medida en que se ven determinadas por dichas costumbres.

Para Klukhohn (1962), la cultura son “Todos los modelos de vida históricamente creados, explícitos e implícitos, racionales, irracionales y no racionales que existen en cualquier tiempo determinado como guías potenciales del comportamiento de los hombres”.

Benedict (1971), define a la cultura como: “Pautas de conducta que caracterizan de un modo particular toda la vida social de forma que se puedan distinguir unas culturas de otras, así como los individuos que las integran”.

Así mismo Linton (1942), describe la cultura como una herencia social, definiéndola como: Una configuración de comportamientos aprendidos, cuyos elementos son compartidos y transmitidos por los miembros de una sociedad particular. Además señala que la relación existe entre sociedad, cultura y personalidad diciendo que: Sociedad es el grupo organizado de individuos. Cultura es el grupo organizado de reacciones aprendidas, características de una determinada sociedad. El individuo es un organismo vivo capaz de pensar, sentir y actuar independientemente, pero cuya independencia y recursos están limitados y modificados profundamente por el contacto con la sociedad y la cultura en que se desenvuelve.

Para Oltra (1995): las culturas se convierten en civilización cuando los que pertenecen a ese conjunto tienen los mismos

intereses y creencias y para comunicarse necesitan traducir una cultura a otra. Después de luchar por sobrevivir y por el bienestar de las civilizaciones, la cultura a través del cultivo de la tierra, de lo social y del culto sagrado crea la ciudad, transformándola en la civilización. Con asentamientos de pequeños y rudimentarios poblados luego convirtiéndose en ciudades como Jericó y China, comienzan a formarse las ciudades con familias productivas y sociales, con monarquías como gobierno, con una economía, con mercados y sus culturas refiriéndose al arte, templos, ciencia y filosofía, con la agricultura como medio de producción. (p.24)

Asimismo, Roocker (1962), nos dice: la cultura no surge por obligación, ésta se funda en sí misma y surge de la nada por las necesidades de los seres humanos y su aportación social. Los valores culturales no surgen por instrucciones de instancias superiores, no se dejan imponer por obligación ni por decisiones de asambleas legislativas. (p.95)

Turismo

La Organización mundial del Turismo, define al turismo como: “Las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros motivos, tanto entre países como dentro del propio país”.

Según Padilla citado por Gurría (1991): el turismo consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupos de personas que, fundamentalmente por motivos de recreación, descanso, cultura o salud, se trasladan de su lugar de residencia habitual a otro, en el que no ejercen una actividad remunerada, generando múltiples interrelaciones de importancia social, económica y cultural.

Desde otro punto de vista, Acerenza (1999) nos dice, el turismo es un fenómeno social de carácter complejo, que puede ser interpretado de distintas formas, según sea la función que, en un momento dado, tengan las personas relacionadas con él. Pero, independientemente del

punto de vista particular que puedan tener los diferentes sectores dedicados a esta actividad, el turismo, desde el punto de vista conceptual, no es sino un conjunto de relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia de personas fuera de su lugar normal de domicilio, motivadas fundamentalmente por una actividad no lucrativa. El turismo es, por consiguiente, una forma particular del uso del tiempo libre, y una forma especial de recreación y no incluye, por tanto, todas las formas de uso que puede hacer el hombre de su tiempo libre ni todas las formas posibles de recreación. Es, esencialmente, una actividad relacionada con la educación, el placer, el descanso y la recreación, aunque puede estar relacionado, también, con algún otro tipo de actividad. (p.49)

La Organización Mundial de Turismo, detalla que, el turismo, genera directa e indirectamente un aumento de la actividad económica en los lugares visitados, debido a la demanda de bienes y servicios que deben producirse y prestarse. En el análisis económico del turismo, se debe distinguir entre la 'contribución económica' del turismo que se refiere al efecto directo del turismo y que se puede medir mediante la CST¹⁰, y el impacto económico del turismo de, que es un concepto mucho más amplio que encapsula los efectos directos, indirectos e inducidos del turismo y que debe ser estimado mediante la aplicación de modelos.

Revolución industrial

Landes (1979) tiene la siguiente definición, que se adecua con bastante precisión a su significado: El término Revolución Industrial suele referirse al complejo de innovaciones tecnológicas que, al sustituir la habilidad humana por la maquinaria y la fuerza humana y animal por energía mecánica, provoca el paso desde la producción artesana a la fabril, dando así lugar al nacimiento de la economía moderna. (p.15)

¹⁰ **CST (Cuenta Satélite de Turismo):** es una herramienta estadística para el cálculo económico del turismo, puede verse como un conjunto de 10 tablas de resumen, cada una con sus datos de base y cada una representando un aspecto diferente de los datos económicos relativos al turismo.

Según características.com, la Revolución Industrial es un período histórico en el cual se desencadenaron significativos cambios en las formas de producción que de manera paulatina convirtieron la mayoría de los países del mundo en sociedades industriales. Se caracterizó por el uso de nuevas tecnologías aplicadas a la producción de masa.

Además, la Revolución Industrial marca un punto de inflexión en la historia, modificando e influenciando todos los aspectos de la vida cotidiana de una u otra manera. A partir de este momento, se inició una transición que acabaría con siglos de una mano de obra basada en el trabajo manual y el uso de la tracción animal siendo estos sustituidos por maquinaria para la fabricación industrial y el transporte de mercancías y pasajeros. Esta transición se inició a finales del siglo XVIII en la industria textil y la extracción y utilización de carbón. La expansión del comercio fue posible gracias al desarrollo de las comunicaciones con la construcción de vías férreas, canales o carreteras. El paso de una economía fundamentalmente agrícola a una economía industrial influyó sobremanera en la población, que experimentó un rápido crecimiento sobre todo en el ámbito urbano.

Como consecuencia del desarrollo industrial nacieron nuevos grupos o clases sociales encabezadas por el proletariado (los trabajadores industriales y campesinos pobres) y la burguesía, dueña de los medios de producción y poseedora de la mayor parte de la renta y el capital. Esta nueva división social dio pie al desarrollo de problemas sociales y laborales, protestas populares y nuevas ideologías que propugnaban y demandaban una mejora de las condiciones de vida de las clases más desfavorecidas, por la vía del sindicalismo, el socialismo, el anarquismo, o el comunismo.

Parques temáticos

Según Wikipedia, es el nombre genérico que se utiliza para denominar a un recinto con un conjunto de atracciones, espacios para el ocio, entretenimiento, educación y cultura, normalmente organizadas en torno a una línea argumental que les sirve de inspiración. Precisamente, por esto un parque temático es algo mucho más complejo que un parque de atracciones o una feria. Esto también implica que vaya ligado a un proyecto empresarial más sólido y con importantes inversiones económicas.

Steve (2001), nos dice que, por otra parte el apellido temático que acompaña al concepto de parque remite a una motivación o tema que hace homogéneo todo el conjunto del parque. Una tematización¹¹ que tiene un doble componente. Por un lado, presenta un carácter emocional ya que, se pretende que los visitantes, además de divertirse, se relajen y se sientan en otro espacio y lugar. Pero, también presenta un contenido económico por cuanto se intenta con ella que el visitante aumente su gasto en el parque. El parque temático es un lugar especializado en la satisfacción de una demanda de ocio y diversión, sobre la base de conseguir el aislamiento del visitante del entorno cotidiano haciéndole vivir durante unas horas en un mundo mágico hecho realidad a través de todos los sentidos. (...)No en un sitio cualquiera, sino en un lugar que presenta una serie de características ineludibles para adquirir tal carácter de parque temático. Entre ellas la belleza natural, la limpieza, el orden, la seguridad, el aislamiento, etc; características que se complementan entre sí. (...) desde otra perspectiva su oferta de diversión es válida para toda la familia por lo que, debe tener la suficiente versatilidad de atracciones como para divertir a niños y a ancianos. Debe contar con atractivos para cualquier grupo de edad, y debe asimismo satisfacer sus necesidades de alimentación y eventualmente de alojamiento en sus proximidades. Finalmente, el éxito de la inmersión en ese «mundo de sueños» está en estrecha relación con el tamaño del parque, por cuanto la dimensión espacial del entorno y de sus atracciones es la variable fundamental para hacer creíbles esos sueños.

¹¹ **Tematización:** convertir algo en tema central de un discurso, texto, discusión, obra de arte.

La Economics Research Associates (ERA) pone de relieve una serie de características comunes a todos ellos: los parques temáticos son atractivos para toda la familia, contienen uno o más entornos temáticos, la existencia de entretenimientos ambientales, esto es músicos ambulantes, actores, disfraces y, en general, actuaciones y espectáculos gratis que crean ambiente, presentan un fuerte nivel de inversión por unidad de viaje o capacidad de acogida, y tienen una política de precio único, se paga una entrada y se tiene acceso a todas las atracciones.

Steve (2001), hace una clasificación de los parques temáticos, ya sea por dimensión física del recinto, por el volumen de la inversión o por el número de visitantes:

- ✓ Megaparques: son de atracción turística mundial y destinos turísticos en sí mismos. Atraen más de treinta millones de turistas anuales
- ✓ Parques de dimensión continental: vocación de destino turístico a dicha escala y normalmente se ubican en zonas de altísima densidad de población. Tienen entre cinco y diez millones de visitas anuales
- ✓ Parques de dimensión internacional: tienen un volumen anual entre dos millones y medio y cinco millones.
- ✓ Parques de dimensión nacional: cuya demanda oscila entre el millón y los dos millones y medio de visitas anuales.
- ✓ Parques de regresión a la infancia: el modelo son los parques de Disney.
- ✓ Parques de regresión a la historia: buscan la recreación sobre escenarios naturales o artificiales de un hecho de la historia, con independencia de su carácter real o mítico.
- ✓ Parques vinculados al mundo de la ficción y de los sueños no infantiles: Son parques temáticos que se basan en la recreación de películas que tuvieron gran impacto en el pasado incluso con la reutilización de los decorados originales.
- ✓ Parques vinculados a la naturaleza: tiene una moderna presentación de las antiguas casas de fieras, donde se exhibe la fauna de todo el mundo pero no enjaulada como en el pasado sino en ambientes amplios lo más naturales posibles. Además de espacios naturales públicos que, con mayor

o menor grado de protección, facilitan el conocimiento, estudio, disfrute, protección e investigación de la flora y la fauna autóctonas.

- ✓ Parques vinculados a las nuevas tecnologías: también parques de ciencias.
- ✓ Parques temáticos especializados como la ciudad de las ciencias y la industria en París.

Spa

Definición.DE (2004), indica que en la actualidad, se entiende que un spa es un establecimiento que permite la realización de terapias con el uso de agua. Suele tratarse de establecimientos de salud, descanso y recreación que cuentan con diversos tipos de piscinas, sauna¹², hidromasajes¹³ y jacuzzis. Generalmente, estos locales están ubicados en lugares alejados del ruido y la contaminación, e instalados en casonas enormes con un importante sector al aire libre y otro en el cual se dispondrán las piscinas, jacuzzis, parafangos¹⁴, saunas, chorros e hidromasajes a través de los cuales se realizan los tratamientos desintoxicantes, aunque también se los puede encontrar en las ciudades o para responder a la demanda más directa y que a veces por una cuestión de tiempo no puede atravesarse la ciudad para llegar a ellos.

Por otra parte, Cordero y Suarez (2010), en proyecto de graduación, conceptualiza al spa como un establecimiento de salud que ofrece tratamientos, terapias, sistemas de relajación, utilizando como base principal el agua, en la actualidad aparte de las técnicas ya mencionadas, los spa combinan medicina preventiva, tratamientos de belleza, deportes, utilizando terapias anti estrés, talasoterapia¹⁵, baños de algas, oxígeno,

¹² **Sauna:** baño de vapor húmedo a elevada temperatura que produce un rápido y abundante sudor y que se toma con fines higiénicos y terapéuticos.

¹³ **Hidromasajes:** masaje que se efectúa mediante chorros a presión de agua caliente y aire.

¹⁴ **Parafangos:** mezcla de fangos o lodos con parafina para aplicaciones en una o varias partes del organismo.

¹⁵ **Talasoterapia:** es la utilización terapéutica del agua de mar y de los diversos factores climáticos y ambientales marinos. El agua se toma lejos de la orilla del mar, se depura y esteriliza para garantizar su pureza y limpieza.

rehidratación facial y corporal, aplicación de células vivas, aromaterapia¹⁶, reflexoterapia¹⁷, fangoterapia¹⁸, masajes de distintos tipos, entre otras. Los Spa apuntan a mejorar el estado físico y mental de las personas. (p.12)

Indican los autores, que existen diferentes tipos de spa, que ofrecen una amplia gama de tratamientos y cada uno tiene un énfasis diferente. Se clasifican de acuerdo al servicio que ofrecen a los usuarios:

- ✓ Spa de día - spa urbano: es cualquier spa donde el usuario permanece un día, medio día o algunas horas. Está completamente dedicado a la salud, belleza y el bienestar, ofrecen servicios simples que van desde los masajes, baños, tratamientos corporales, de belleza, de salud y bienestar, y en ciertos casos se lo acompaña de ejercicios y programas de personal de entrenamiento.
- ✓ Resort spa - hotel spa: se encuentran en hoteles y resorts vacacionales con todas las facilidades habituales que ellos presentan, sin olvidarse que el foco primario del negocio es el alojamiento, luego se proveen servicios de spa, salud y bienestar.
- ✓ Spa de destinación: además de los tratamientos habituales, también se ofrecen alimentos y bebidas saludables, tratamientos de nutrición y reducción de peso, programas de desintoxicación, más servicios de educación y consultoría para el completo bienestar del usuario.
- ✓ Spa de bienestar: para usuarios que está interesados en conocer y profundizar sobre la salud, enfermedades, adicciones y hábitos saludables.
- ✓ Spa de salud: brinda similares facilidades que un hotel, pero focalizando sus actividades en belleza, nutrición, salud y actividades corporales, siempre están disponibles planes con alimentación disponible.
- ✓ Spa de cuidados: con servicios de relajación, indulgencia y tratamientos para combatir el estrés.

¹⁶ **Aromaterapia:** es una disciplina terapéutica que aprovecha las propiedades de los aceites esenciales extraídos de las plantas aromáticas, para restablecer el equilibrio y armonía del cuerpo y de la mente para beneficio de nuestra salud y belleza.

¹⁷ **Reflexoterapia:** es la aplicación de presión a las zonas de los pies, manos, cara y orejas de manera generalmente relajante y puede ser una manera eficaz para aliviar el estrés así como dolores en distintas partes del cuerpo.

¹⁸ **Fangoterapia:** consiste en aplicar barro húmedo sobre el cuerpo hasta que se seque completamente. Se puede complementar con hierbas y masajes (faciales o corporales).

- ✓ Club spa: es un local principalmente dedicado a actividades y ejercicios corporales llamado gimnasio, que adiciona infraestructura y servicios de spa dentro de su actividad principal.
- ✓ Spa terapéutico: tiene servicios terapéuticos para el cuerpo y la mente, usualmente puede incluir servicios de talasoterapia, aguas termales o minerales y servicios de clínica médica.
- ✓ Spa holístico: con servicios tradicionales para el bienestar de la persona, focalizando en terapias de belleza, salud para el cuerpo y alma, se concentran en la búsqueda de un balance de vida.
- ✓ Spa médico: presenta tratamientos para el bienestar, bajo la dirección de un profesional médico y usualmente se incluyen servicios médicos diversos, tales como nutricionistas, medicina del deporte, terapia física, cuidado de embarazo, etc.
- ✓ Spa de cruceros: es un navío que tiene incorporado un spa en su interior y ofrece servicios de spa a los pasajeros del crucero.

Torres (2015), en Deusto Salud, nos dice que bajo el concepto de spa quedan englobados muchos servicios que a menudo no quedan lo suficientemente claros a los usuarios, que podrían tener solo una vaga idea del concepto, pero que no serían capaces de definirlo claramente. Por ello, es conveniente aclarar cuáles son los servicios que se ofrecen en los spa:

- ✓ Circuito de aguas: el usuario pasa por diferentes chorros de agua que se encuentran a diferentes temperaturas, sirven para hidratar la piel y relajar todo el cuerpo. La idea de estos circuitos es que el usuario podrá recorrer los diferentes sectores y servicios del Spa e ir viendo y probando lo que le ofrece cada uno.
- ✓ Aguas termales y minerales: son una serie de piscinas que pueden ser naturales o artificiales, que se encuentran a diferentes temperaturas. Las aguas de estas piscinas pueden estar enriquecidas con minerales que son beneficiosos para el organismo.

- ✓ Masajes: hay de dos tipos, el primero, masajes terapéuticos, que se realizan con el objetivo de curar problemas musculares, por lo tanto, tienen un objetivo médico y deben de ser realizados por fisioterapeutas titulados; y el segundo, masajes relajantes, que tienen como único objetivo buscar la relajación de la persona que lo está recibiendo sin un objetivo médico.
- ✓ Tratamientos médicos: existen diversos tipos de spa médicos, que variarán en función de las diversas problemáticas que se traten: obesidad, rehabilitación, para embarazadas, tratamientos anti celulíticos, tratamientos para combatir en envejecimiento, combatir las varices, para bajar de peso, para mejorar la estética facial, etc.
- ✓ Tratamientos de belleza: ofrecen la posibilidad de realizarse algún tratamiento de belleza con diferentes técnicas que ayudarán a cumplir diferentes objetivos: para el rejuvenecimiento, tratamientos para la piel, tratamientos hidratantes, limpieza de cutis.

Bowling

Wikipedia, lo define como: "Es un deporte que se realiza en recintos cerrados y consiste en derribar un conjunto de piezas de madera (pinos) mediante el lanzamiento de una pesada bola contra ellos".

Chavarry y Salamanca (2012), en su tesis de grado, afirma que, con más de 7.000 años de existencia, el bowling es una de las formas de recreación de mayor éxito comercial. Esta alternativa valiosa conquista cada vez más espacio, acercando generaciones y atrayendo inversionistas alrededor del planeta. De hecho, la demanda de esta actividad de ocio que se puede compartir con familiares y amigos es muy fuerte. El bowling es una actividad altamente social, que es disfrutada por personas de todas las edades, capacidades físicas y niveles de habilidad. Sin duda alguna, el bowling es un negocio exitoso. Proporciona una rentabilidad satisfactoria, con niveles de receta muy estables, y flujo de efectivo durante todo el año. El retorno de la inversión se produce en un período que varía de dos a tres años.
(p.5)

También, indican que, el bowling, es actualmente practicado por más de 150 millones de personas en el mundo, lo que ha provocado que sea considerado una de las principales tendencias dentro de la Industria del ocio y entretenimiento en este siglo. Siendo Estados Unidos el que puntea el crecimiento con más de 60.000 pistas. La conclusión que se puede sacar de este aceleradísimo crecimiento, es que un importante grupo financiero a nivel mundial ha visto el bowling como una gran inversión. (p.8)

Cine

Wikipedia, define al cine como, un espacio acondicionado para la exhibición de películas compuesto por lo general de una pantalla de proyección y un patio de butacas. Las salas de cine a lo largo de la historia se han ido transformando en función de los avances tecnológicos, los cambios en los hábitos de consumo del público y como respuesta a formas de ocio alternativas. Por ello, a lo largo de la historia se ha pasado de pantallas casi cuadradas a pantallas más panorámicas, para competir con la televisión. De cines de una sola sala a cines con varias salas ofreciendo una mayor oferta. Inclusión de complejos de multicines en centros comerciales como parte de una oferta conjunta de ocio y consumo, etc.

Anfiteatro

Diccionario actual, define al anfiteatro como una estructura arquitectónica que se empezó a construir en la antigua roma, en un principio se la usaba tanto para las luchas de los gladiadores, pero también para actos culturales o políticos. Los anfiteatros más antiguos datan del siglo I y II a.C. y se conoce que estas edificaciones no tienen nada que ver con las arquitecturas creadas en Grecia o en Asia Menor. En la actualidad, en varias ciudades del mundo se pueden encontrar réplicas de estos anfiteatros antiguos que se construyen de forma moderna, con un sinnúmero de cambios y adornos arquitectónicos para que las personas puedan asistir a diferentes actos culturales. Así como, también existen anfiteatros en las universidades

que sirven como lugares de encuentro de estudiantes y profesores para dar charlas magistrales.

Bar

"El bar es un lugar, ambiente o establecimiento de recreación espiritual dedicado al expendio y servicio de bebidas alcohólicas y no alcohólicas, así como otros productos con fines lucrativos y comerciales" (Alvarez, 2009, p.1). Según Morfín (2006), es "El lugar de reunión donde personas de diferentes clases sociales intercambian puntos de vista, tratan asuntos de negocios, temas culturales o simplemente pasan un momento relajado y/o de distracción" (p.30).

Reynoso (2004), nos dice que los establecimientos bajo la denominación de bar "Adoptan este nombre debido a la barra que se encuentra en la parte inferior del mostrados, en donde pueden ordenar sus bebidas y disfrutarlas ahí mismo".

Como señalan Katsigris y Porter (1991), es la forma más sencilla de negocio, ya que sólo ofrece bebidas y algunas botanas, por lo que la gente acude a ellos por la ubicación, la reputación de ser un lugar agradable o por el hecho de que se sirvan bebidas que los consumidores consideran buenas.

Discoteca

Para Wikipedia, la discoteca es un local público con horario preferentemente nocturno para escuchar música grabada, bailar, interactuar con otras personas y consumir bebidas. Se diferencia de las antiguas salas de baile porque la música no es tocada en vivo, sino que proviene de discos que son mezclados por un DJ, que anima la noche mezclando la música.

Para Margulis (2008): La discoteca es una empresa que mercantiliza el modelo de la fiesta, proporcionando un clima festivo que rompe con el tiempo y el espacio habitual, uniendo la fantasía y la realidad con

recursos y artificios en el interior de los locales: decoración, iluminación, centelleo de luces, intensidad de la música. Para venderse a sí mismos, los antros se apropian de conceptos musicales y decoración que les den personalidad propia y llamen la atención juvenil. Dentro de ellos, luces centelleantes, pantallas de plasma que transmiten videos de cantantes pop, música a altos decibeles, mesas y sillones con decoraciones diversas ubicadas en la penumbra, dan vida al espacio, le proporcionan un aire de irrealidad y crean un clima festivo.

Galerías de exhibición

Según explica Laura Ruiz Segovia, coordinadora del proyecto Museo Sin Muros del Museo Nacional de Bellas Artes (MNBA) en la región del Bío Bío: “Generalmente las galerías son espacios que realizan exposiciones de carácter comercial, con el fin de vender obras de arte a compradores interesados. Y, en general, se denomina galería a cualquier espacio interior de exhibición”. En cuanto al término sala, la licenciada en Artes Plásticas y Gestora Cultural de la UdeC explica: “En el MNBA hablamos de salas para denominar aquellos espacios de exhibición que nunca se modifican, es decir, no se amplían o disminuyen por medio de paneles o muros falsos. Y desde otro aspecto, existen salas de exposiciones no comerciales, que no funcionan con la intención de promover la venta, sino con fines educativos para promover el conocimiento y fomentar el desarrollo de las artes visuales”.

Biblioteca

Según Biblioteconomía (2002), en la actualidad, y desde mediados del siglo XX, las bibliotecas están inmersas en un nuevo proceso de cambio, debido al auge de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación y, muy en especial, de Internet. La biblioteca ha sabido adaptarse a los tiempos modernos y sigue trabajando día a día para ser más visible en su entorno, satisfacer nuevas demandas y mejorar la agilidad en su

gestión. Se ha evolucionado de lo que podría denominarse la “biblioteca de los libros” a la “biblioteca de los usuarios”.

Para la UNESCO, se trata de una colección organizada de libros, impresos y revistas, o de cualquier clase de materiales gráficos y audiovisuales», sin olvidar los «servicios de personal para proveer y facilitar el uso de tales materiales, según lo requieren las necesidades de información, investigación, educación y esparcimiento de los usuarios.

La ALA, las concibe como: una colección de material de información organizada para que pueda acceder a ella un grupo de usuarios". Al igual que la anterior, alude al "personal encargado de los servicios y programas relacionados con las necesidades de información de los lectores.

Cabe mencionar a Carrión Gutiérrez, que define la biblioteca de la manera más clara y concisa posible como "Una colección de libros debidamente organizada para su uso". Aunque, hoy habría que sustituir el término “libros” por “toda clase de documentos”, la importancia de su definición reside en la enorme brevedad con que recoge los tres elementos bibliotecarios básicos, presentes en las dos definiciones anteriores: colección, organización y disponibilidad para el uso o difusión.

Restaurante

Para el reglamento nacional de edificaciones; restaurante es una edificación destinada a la comercialización de comida preparada. (Norma A 0.70).

Vásquez (2008), señala que en el Perú, se define a los restaurantes como aquellos establecimientos que expenden comida y bebidas preparadas al público en el mismo local. Así mismo, esta definición de restaurantes es muy amplia y abarca prácticamente todos los establecimientos que sirven comidas y bebidas. (p.2-3)

Por otra parte, el MINCETUR (2004), define al restaurante como: "Establecimiento que expende comidas y bebidas al público, preparadas en el mismo local, prestando el servicio en las condiciones que señala el reglamento de restaurantes y de acuerdo a las normas sanitarias correspondientes.

En el blogdiario.com, se clasifica a los restaurantes de la siguiente manera:

- ✓ Internacionales: independiente, de cadena, de franquicia. Dentro de esta clasificación se pueden hallar diferentes categorías según su servicio, restaurante de servicio completo, de comida rápida y casual.
- ✓ Nacionales: por categorías: de lujo - 5 tenedores, primera clase - 4 tenedores, segunda clase - 3 tenedores, tercera clase - 2 tenedores, cuarta clase - 1 tenedor. Por tipo de restaurantes: gourmet, de especialidades¹⁹, familiar, conveniente²⁰. Según la variedad de servicio: de autoservicios, de menú y a la carta, cafetería, Drive-In²¹, Restorrutasy similares.

Tienda

Según el RNE, "Tienda es la edificación independizada, de uno o más niveles, que puede o no formar parte de otra edificación, orientada a la comercialización de un tipo de bienes o servicio" (Norma A 0.70). Por otro lado, la Real Academia Española, la define como un tipo de establecimiento comercial, físico o virtual, donde el comprador puede adquirir tanto bienes como servicios a cambio de dinero.

¹⁹ **Restaurante de especialidades:** ofrece un estilo de cocina, muestran en su carta una extensa variedad de su especialidad, ya sean mariscos, aves, carnes, pastas u otros.

²⁰ **Restaurante conveniente:** se especializa por su servicio rápido, el precio de los alimentos es económico y el ámbito salubre del establecimiento intachable.

²¹ **Restaurantes drive-In:** es un tipo de establecimiento de comida rápida. En este tipo de locales se puede ser servido sin necesidad de salir del automóvil.

2.4 Marco normativo

2.4.1 Reglamento nacional de edificaciones

Norma A.010 - condiciones generales de diseño

Aquí se encuentran las condiciones generales de diseño que se debe tener en cuenta para el proyecto, como son: accesos, circulación, escaleras, medidas reglamentadas para los estacionamientos

Norma A.070 - comercio

Comprende los siguientes tipos de edificaciones: tienda independiente, restaurante, cafetería, local de comida rápida, locales bancarios, locales de recreación y entretenimiento (locales de eventos y salones de baile, bares discotecas y pubs, casinos y salas de juego, locales de espectáculos con asientos fijos, locales de diversiones y/o recreo), locales de servicios personales (spa, baños turcos, sauna, gimnasios, fisioculturismo), tienda por departamentos, tienda de autoservicio (supermercado, tienda de mejoramiento del hogar, otras). En esa norma se indica los siguientes puntos: el área de ocupación por persona de acuerdo al tipo de comercio que se está planteando; la cantidad de servicios higiénicos para el público y el personal, de acuerdo a la cantidad de usuarios y trabajadores; número mínimo de estacionamientos de acuerdo a la cantidad de usuarios; y requerimientos mínimos que necesitan estos establecimientos (patio de maniobras).

Norma A.080 - oficinas

Presenta los requerimientos mínimos que deben tener las oficinas para su correcto funcionamiento, la cantidad de Servicios Higiénicos para el público y el personal, de acuerdo a la cantidad de usuarios y trabajadores; número mínimo de estacionamientos de acuerdo a la cantidad de usuarios.

Norma A.090 - servicios comunales

Están comprendidas dentro de esta norma los siguientes tipos de edificaciones: compañías de bomberos, comisarías, asilos, orfanatos, juzgados, templos, cementerios, museos, galerías de arte, bibliotecas, salones comunales, municipalidades y locales institucionales. Aquí se describen los siguientes puntos: el área de ocupación por persona de acuerdo al tipo de edificación; dotación de servicios higiénicos para el público y el personal, y el número mínimo de estacionamientos de acuerdo a la cantidad de usuarios.

Norma A.100 - recreación y deportes

Se encuentran comprendidas dentro de los alcances de esta norma, los siguientes tipos de edificaciones: salones de baile, discotecas, pubs, casinos, teatros, cines, sala de concierto, estadios, coliseos, hipódromos, velódromos, polideportivo, instalaciones deportivas al aire libre. Indica lo siguiente: el número de ocupantes de una edificación por m²; requerimientos de seguridad (salidas de emergencia, ambiente para atención médica, sistema de sonido, alarma contra incendios, sistema de iluminación de emergencia); medidas mínimas de espacios a usar para el desarrollo de las actividades; la cantidad de servicios higiénicos para el público y el personal, número mínimo de estacionamientos de acuerdo a la cantidad de usuarios.

Norma A.120 - accesibilidad para personas con discapacidad

Todos los requerimientos mínimos y necesarios (medidas, ambientes a considerar, señalización) para que las personas con discapacidad puedan hacer uso de todas las instalaciones sin ningún inconveniente.

Norma A.130 - requisitos de seguridad

Aquí se encuentran los requisitos de seguridad y prevención de siniestros con el objetivo de salvaguardar las vidas humanas y preservar el

patrimonio y continuidad de la edificación. Tales como sistemas puertas y medios de evacuación, así como, el cálculo de la capacidad de los medios de evacuación, señalización de seguridad requeridas para permitir una fácil evacuación en caso de algún siniestro, sistemas de detección y alarma contraincendios para el caso de las edificaciones que lo requieran, los requerimientos mínimo para protección contra incendios según el tipo de edificación.

2.4.2 Reglamento de acondicionamiento territorial urbano de Chiclayo

Constituye el instrumento legal para la definición de las áreas territoriales con fines de planificación y ordenamiento urbano, y clasificación de suelos con fines de protección de los usos de suelo. Define la clasificación de áreas territoriales y clasificación de los suelos.

2.4.3 Reglamento de ordenamiento ambiental urbano de Chiclayo

Está compuesto por un conjunto de normas técnicas urbanísticas ambientales que da lineamientos para regular el uso y conservar los componente ambientales dentro de la ciudad, mejor la visual de la ciudad, controlar el sonido de vehículos, humos, etc. Contiene lineamientos generales, determinación de las áreas de ordenamiento ambiental, normas para mitigar la contaminación ambiental, estándares nacionales de calidad ambiental para el ruido, normas para mitigar la contaminación del aire, normas de publicidad exterior y mobiliario, medidas preventivas del uso del suelo.

2.4.4 Reglamento para el sistema vial urbano de Chiclayo

Consiste en propuestas técnicas que regulan y jerarquizan las vías dentro del marco nacional y urbano, que permiten crear un sistema articulado y continuo dentro de la ciudad, como en su área de influencia

metropolitana. Describe el sistema vial existen en la ciudad, indicando las vías que conforman cada tipología, además de su jerarquización y caracterización.

2.4.5 Reglamento de zonificación urbana de Chiclayo

Este reglamento está compuesto por un conjunto de normas técnicas urbanísticas ambientales que regula y ordena el uso de suelo dentro de la ciudad y establece parámetros urbanos y edificatorios para mejorar la calidad de la ciudad. En su contenido establece definiciones, características, criterios técnicos, compatibilidades para el uso del suelo, habilitaciones urbanas establecidas en el plano de zonificación urbana de la metrópoli de Chiclayo.

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA

3.1. Material y métodos

3.1.1 Materiales y equipos utilizados

Plan de desarrollo urbano de la ciudad de Chiclayo.

Planos del distrito de Chiclayo

Fotografías aéreas y horizontales

Software especializado en autocad 2013

Software corel draw 2012

Software microsoft office

Google earth y google maps

GPS

Cámara fotográfica

3.1.2 Instrumentos

Los instrumentos para la recolección de datos son: las fichas de recojo de información de los locales de ocio del distrito, la encuesta con veinte preguntas, con opciones de respuesta para los pobladores y la entrevista a profesionales con 16 preguntas para los administradores o dueños de locales de ocio.

3.1.3 Técnicas de investigación

3.1.3.1. Encuestas

Se realizarán entrevistas a personas entre los 15 y 65 años de edad, en el distrito de Chiclayo; el objetivo es conocer las preferencias en cuanto a actividades de ocio, y aquellas que los pobladores necesitan sean propuestas en el centro de ocio, además de las características y condicionantes del servicio que deberá ofrecer para una mayor satisfacción del usuario.

3.1.3.2. Entrevistas

Se realizarán entrevistas a los actores principales que intervienen en los servicios de las actividades de ocio, esto quiere decir a dueños o administradores de estos locales o que tengan un amplio conocimiento sobre el tema, con el fin de obtener puntos de vista que permitan un mejor diseño del proyecto.

3.1.4 Métodos de investigación

3.1.4.1. Método investigación descriptiva:

Será una investigación descriptiva ya que se pretende conocer la situación actual de las actividades de ocio en el distrito de Chiclayo, además de las preferencias y costumbres de los pobladores con respecto al ocio.

3.1.4.2. Método de investigación aplicada:

Será una investigación aplicada por que las características y condiciones de los servicios de ocio en el distrito Chiclayo y las preferencias de los pobladores se aplicarán al proyecto arquitectónico planteado a la tesis.

3.1.4.3 Método de análisis:

Se utilizará este método para el análisis de los distintos ejemplos análogos de centros de ocio a nivel mundial y del país, esto permitirá plantear un mejor programa arquitectónico y diseño del proyecto.

3.1.4.4. Método de síntesis:

Este método ayudará para la elaboración del informe final, al igual que las conclusiones del mismo, el cual será base para dar inicio al desarrollo arquitectónico de la propuesta.

3.1.5 Población y muestra

La presente tesis está planificada para la elaboración de un centro de ocio que se ubicará en el distrito de Chiclayo; por lo que, la muestra a encuestar será en base a la población del mismo, entre las edades de 15 y 64 años, al año 2016 (Ver Anexo N° 01). La fórmula a emplear es para población finita, se presenta a continuación:

$$\eta = \frac{N * P * Q * Z^2}{(N-1) e^2 + P * Q * Z^2}$$

Dónde:

η = muestra o número de encuestas

N = población

Z = nivel de confianza

P = probabilidad a favor

Q = probabilidad en contra

e = margen de error

$$\eta = \frac{183,626 * 0.5 * 0.5 * 1.96^2}{(183,626 - 1) * 0.05^2 + 0.5 * 0.5 * 1.96^2}$$

$$\eta = \frac{183,626 * 0.5 * 0.5 * (3.8416)}{(183,625)(0.004225) + 0.5 * 0.5 * (3.8416)}$$

$$\eta = \frac{176,354.4104}{460.0229}$$

$$\eta = 383.36$$

El cálculo de la muestra dio un resultado de 384 encuestas a realizarse a los pobladores del distrito de Chiclayo.

**CAPÍTULO IV: EVALUACIÓN DEL ESTADO FÍSICO NATURAL DEL
DISTRITO DE CHICLAYO.**

Introducción

El análisis físico natural se presenta en base al estudio de los aspectos generales del distrito de Chiclayo, donde se describe su ubicación geográfica, división política, demografía y potencialidades; además de los aspectos físico-geográficos como: ubicación geográfica, el clima, la hidrografía y topografía, la clasificación de usos de suelo y la seguridad físico-ambiental. Este análisis requirió realizar la visita in situ de algunos sectores con el fin de verificar la información

Se definió como muestra de estudio el distrito de Chiclayo que cuenta con 2727.80 Has de terreno.

4.1 Aspectos generales

4.1.1 Ubicación geográfica

La propuesta se desarrollará en el distrito de Chiclayo, provincia de Chiclayo, departamento de Lambayeque. Según el Plan de Desarrollo Regional Concertado Lambayeque 2011-2021 (2011): Se encuentra ubicado al sur de la línea ecuatorial, en la parte centro occidental de América meridional y en la costa norte del Perú, distante 765 km de la ciudad de Lima, capital del Perú. Presenta tres tipos de fisiografía: costa, que comprende la mayor parte del territorio, se caracteriza por extensos desiertos y tablazos vecinos al mar; sierra que comprende los flancos occidentales de la Cordillera de los Andes, de topografía muy accidentada con algunos valles interandinos entre los 2000 y 4000 msnm; y selva, que corresponde a una pequeña zona en la cuenca del río Huancabamba. Lambayeque está conformada por 3 provincias y 38 distritos. (p.28)

CUADRO N° 4.1
División política en provincias y distritos del departamento de Lambayeque

DEPARTAMENTO	PROVINCIAS	DISTRITOS
LAMBAYEQUE	Chiclayo	20
	Lambayeque	12
	Ferreñafe	6
TOTAL	03	38

Fuente: INEI. Elaboración: Equipo técnico INDECI, Mayo 2003

FIGURA N° 4.1
División Política del departamento de Lambayeque



Fuente: <http://www.lambayeque.net/datos-generales/>

El plan de desarrollo concertado de la provincia de Chiclayo 2004-2010 (2004), afirma: la provincia de Chiclayo ocupa la parte sur del departamento de Lambayeque. La mayoría absoluta de su territorio se encuentra en la región Chala o Costa, una pequeña parte en la Yunga Marítima y una pequeñísima parte en la región Quechua. El territorio de la provincia de Chiclayo es de 3161.48 Km² esto representa el 22% de la superficie total del departamento de Lambayeque. El clima de la provincia es cálido templado, se goza de buen sol la mayor parte del año, y presenta fuertes vientos periódicos denominados ciclones.

El proyecto se encontrará ubicado en el distrito de Chiclayo, el cual ocupa el lado norte de la provincia de Chiclayo.

4.1.2 División política

Los límites del distrito de Chiclayo son:

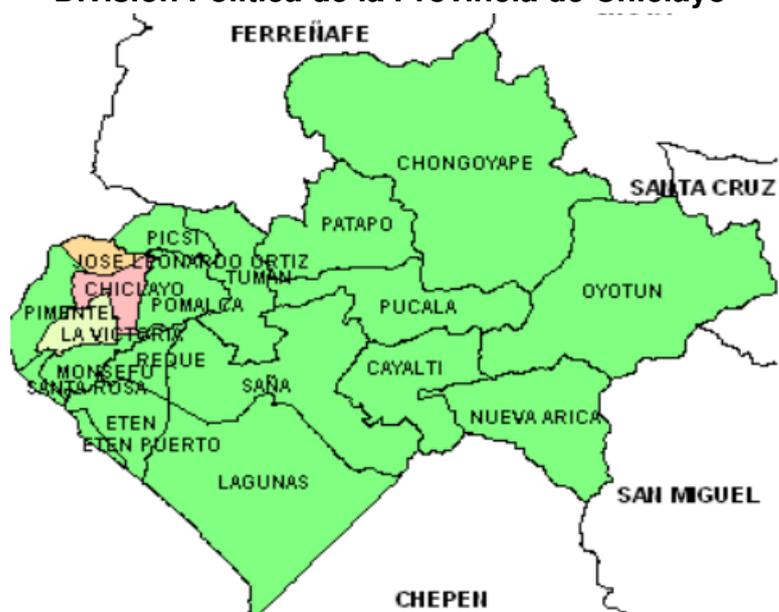
Por el Norte: con el distrito de José Leonardo Ortiz

Por el Sur: con el distrito La Victoria

Por el Este: con el distrito de Pomalca

Por el Oeste: con el distrito de Pimentel

FIGURA Nº 4.2
División Política de la Provincia de Chiclayo



La provincia de Chiclayo se encuentra conformada por 20 distritos, los cuales son: Chiclayo, Chongoyape, Eten, Puerto Eten, José Leonardo Ortiz, La Victoria, Lagunas, Monsefú, Nueva Arica, Oyotún, Picsi, Pimentel, Reque, Santa Rosa, Zaña, Cayalti, Patapo, Pomalca, Pucalá y Tumán.

4.1.3 Demografía

Al año 2016, se estima que en el área metropolitana de Chiclayo viven unos 800,409 habitantes, concentrándose cerca de las tres cuartas partes de población en los distritos de Chiclayo (34.38%), José Leonardo Ortiz (24.46%) y La Victoria (11.4%).

CUADRO N° 4.2
Población del distrito de Chiclayo, proyectada al 2021

Año	Población
1972	154,722
1981	213,095
1993	239,887
2007	260,948
2008	262,490
2009	264,042
2010	265,603
2011	267,172
2012	268,752
2013	270,340
2014	271,938
2015	273,545
2016	275,162
2017	277,789
2018	278,425
2019	280,070
2020	282,726
2021	283,391

Fuente: Censo Nacional de Población y Vivienda 1972, 1981, 1993, 2007.

Elaboración propia.

En el Cuadro N° 4.2, se aprecia el crecimiento progresivo de la población en el distrito de Chiclayo, la cual proyectada al año 2016 viene a ser 275,162 habitantes, siguiendo la tendencia antes mencionada de la concentración de la población en la capital de la provincia, lo que genera problemas de sobrepoblación, ya que crecemos pero sin orden alguno, provocando el congestionando y hacinamiento la ciudad.

4.2 Aspecto físico-geográfico

4.2.1 Dinámica urbana

El primer plano que se observa de Chiclayo es en el S.XVI, donde se encontraba una población asentada y se generó una trama irregular debido a las pirámides que existían en el centro. El área era de 56.13 has, y estaba delimitada por las que ahora son las Avenidas María Izaga, Luis González, Lora y Cordero y Sáenz Peña. En el S. XVIII, el fenómeno del Niño afectó Zaña, por lo que los pobladores de este lugar se trasladaron a Chiclayo, incrementando así su área.

Hacia el año 1850, Chiclayo era una ciudad y se encontraba rodeada de pirámides, además de iniciarse acciones de modernización de servicios y equipamientos, con reformas que desvían cursos de agua y desmonte de pirámides. Tenía un área de 158.54 has.

En el año 1931, Chiclayo contaba con una población de 31, 539 habitantes, y presentaba un área de 214.18 has. Se realizó la implementación de circuitos mercantiles Eten – Monsefú - Chiclayo mediante ferrocarriles. Los límites del casco urbano se extendían por el norte con la calle Arica, por el sur con la Av. Bolognesi, por el este con la Av. Sáenz Peña y José Quiñones, por el oeste con la Estación del Ferrocarril a Eten y la Av. Miguel Grau.

En 1953 se incrementa la capital comercial, se apertura el mercado central como centro de comercio en la ciudad, y Chiclayo se convierte en el centro de acopio y distribución. Teniendo así, un área de 319.55has.

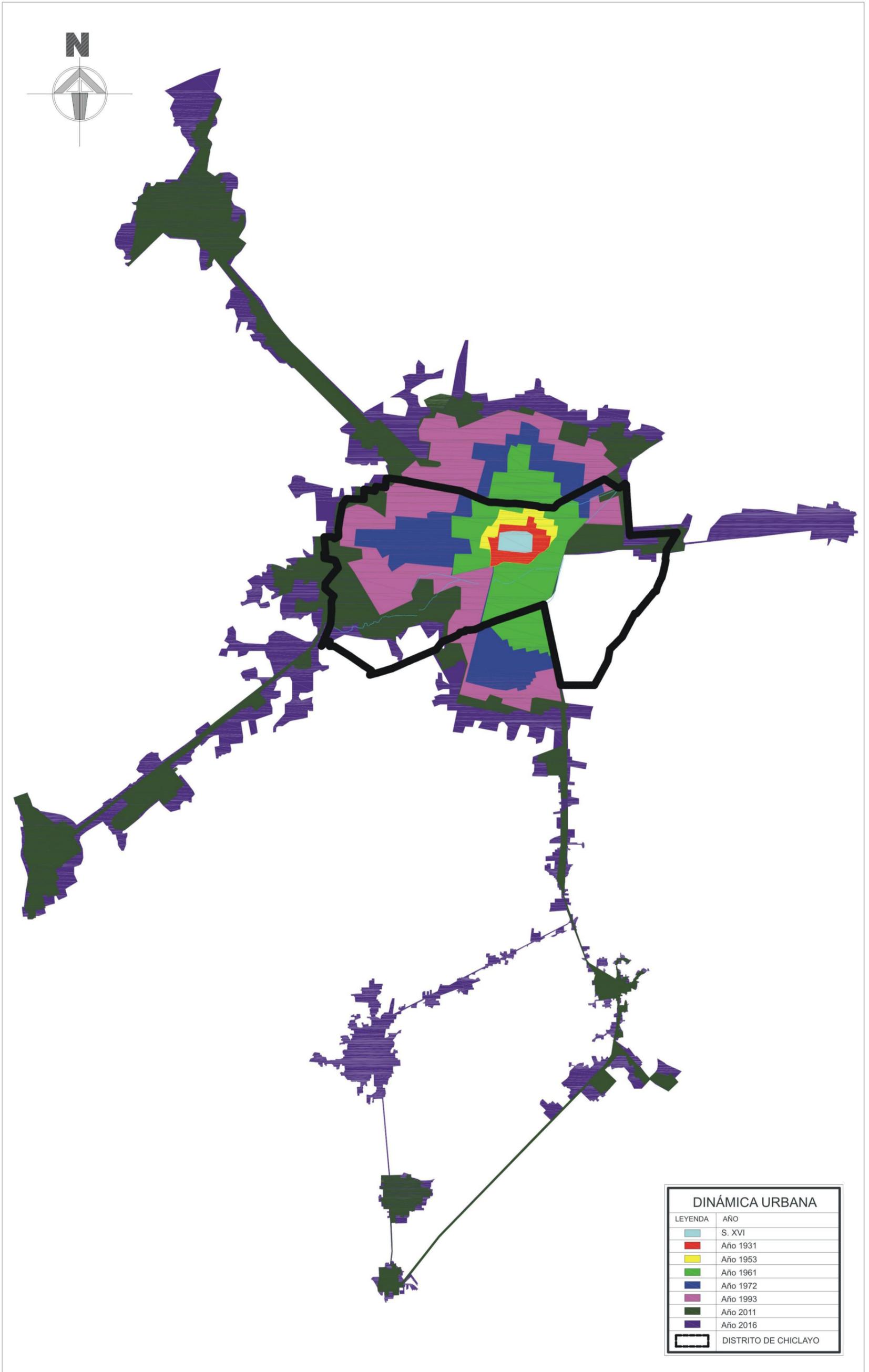
Hacia el año 1961, se inaugura la base aérea, se ensanchan vías y prolongaciones, se inaugura el estadio Elías Aguirre, se construye el Mercado Modelo y la carretera Panamericana Norte, surge la urbanización Santa Victoria y se da el crecimiento por el sur con la construcción del Hipódromo y por el norte con el Mercado Moshoqueque. Contaba con un área de 845.08 has y 95,667 pobladores.

En 1972 se origina un proceso de urbanización intensivo, extendiéndose en dirección norte (Lambayeque), sur (Reque) y continuando el oeste hacia Pimentel. Además, de la aparición de empresas transnacionales PERULAC y CONCORDIA. Tenía un área de 1 509.73 has y 177,321 pobladores.

En 1993 la ciudad presentaba una población de 411, 536 habitantes y un área de 2, 082.68. Se crea el distrito José Leonardo Ortiz, y La Victoria sigue extendiéndose; por el oeste se incorpora el parque industrial, se genera ocupación urbana hacia Pomalca, se incrementa la zona industrial hacia Lambayeque y la zona urbana crece hacia Pimentel.

Al 2011, presenta una marcada tendencia de crecimiento hacia Pimentel, además de los ejes Lambayeque, Pomalca y Reque; cada uno de estos caracterizados por actividades específicas.

Actualmente, la ciudad comprende la conurbación de los distritos de Chiclayo, José Leonardo Ortiz, La Victoria y presenta una marcada tendencia de crecimiento hacia Pimentel.



DINÁMICA URBANA	
LEYENDA	AÑO
	S. XVI
	Año 1931
	Año 1953
	Año 1961
	Año 1972
	Año 1993
	Año 2011
	Año 2016
	DISTRITO DE CHICLAYO

4.2.2 Clima

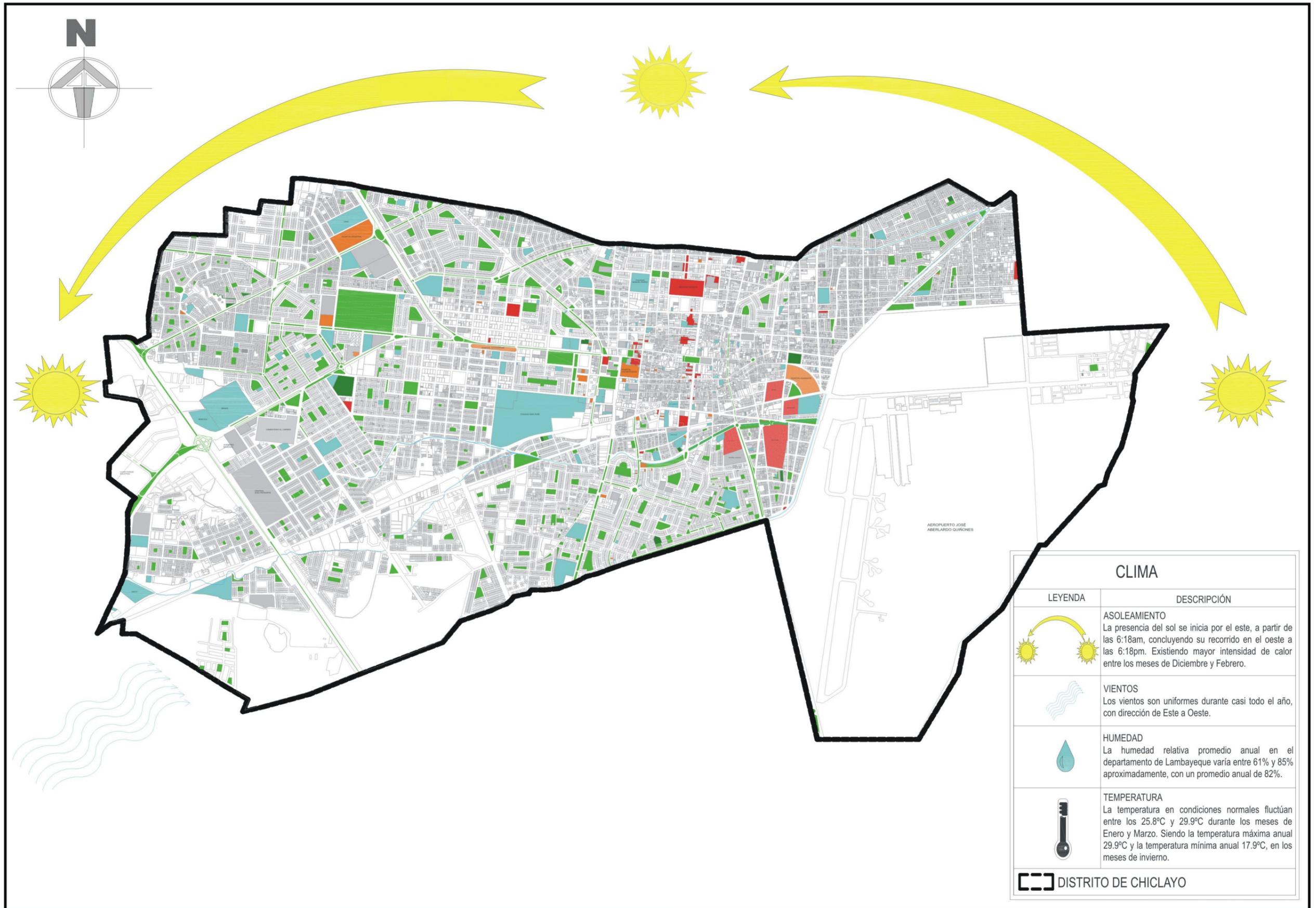
Lambayeque.com, nos dice que por estar situado en una zona tropical, cerca al ecuador, el clima debería ser caluroso, húmedo y lluvioso; sin embargo, su estado es subtropical, seco, sin lluvias, con fuertes vientos denominados ciclones. Periódicamente cada 7, 10 o 15 años se presenta temperaturas elevadas, con lluvias regulares y aumento extremado del agua de los ríos, lluvias de las que se tiene referencia desde épocas precolombinas.

La temperatura anual máxima promedio es 25.8°C y mínima es 17.9°C, registradas en la región Lambayeque. Las temperaturas máximas se presentan en el mes de febrero con registros de hasta 29°C y las temperaturas mínimas alcanzan los 15°C en el mes de agosto, en régimen normal de temperatura.

INDECI (2003), afirma: la humedad atmosférica relativa en el departamento de Lambayeque es alta, con un promedio anual de 82%, promedio mínimo de 61% y máximo de 85%. Los meses de menor humedad son los de verano, incrementándose en los meses más fríos y durante la presencia del fenómeno de El Niño. Las precipitaciones en el departamento de Lambayeque son escasas y esporádicas. Se tiene una precipitación promedio anual de 33.05mm. La presencia de las precipitaciones pluviales se ve notablemente alterada en la costa con la presencia del fenómeno de El Niño, como lo ocurrido en el año 1998 en donde se registró una precipitación anual de 1,549.5mm (ocho veces más que el promedio anual). Este considerable volumen de precipitaciones produce incremento extraordinario del caudal de los ríos del departamento originando deslizamientos e inundaciones que afectan diferentes zonas urbanas y rurales del departamento.

Los vientos son uniformes, durante casi todo el año, con dirección Este a Oeste. La dirección de los vientos está relacionada directamente a la posición del Anticiclón del Pacífico.

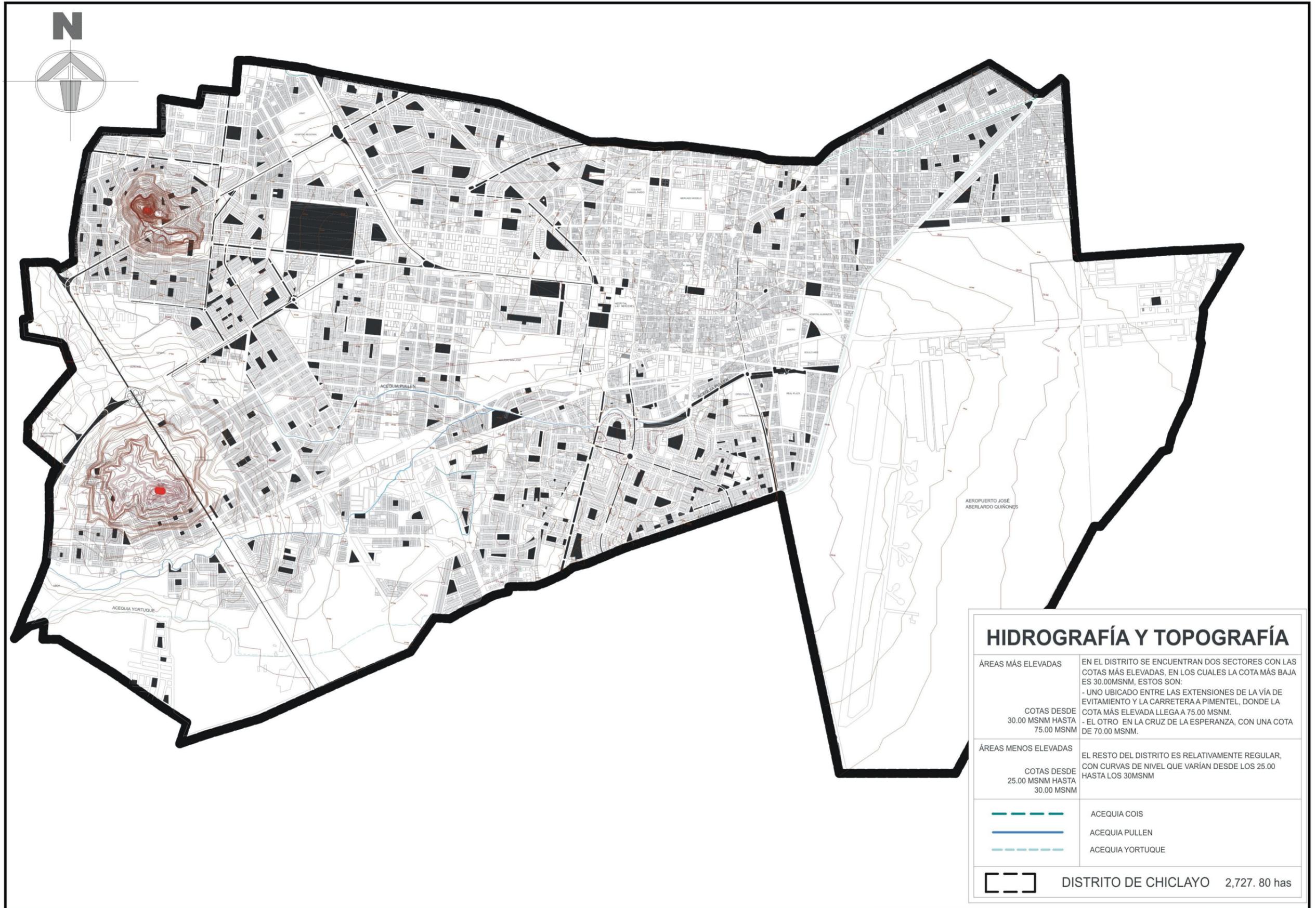
La salida del sol inicia por el Este a partir de las 6:18am, concluye su recorrido sobre el oeste 6:18pm; generando la mayor intensidad de calor en los meses de diciembre y febrero; en gran porcentaje de días el cielo se encuentra despejado pudiendo aprovechar la intensidad de luz y energía proveniente del astro.



4.2.3 Hidrografía y topografía

INDECI (2003), dice: correspondiente a la hidrografía, el distrito de Chiclayo se encuentra atravesado por acequias importantes, como son: acequia Cois que sigue el recorrido de Av. Agricultura - Av. Nicolás de Pierola y Av. B. Leguía y además funciona como límite de los distritos Chiclayo y José Leonardo Ortiz; acequia Yortuque que recorre el lado sur del distrito dividiendo los distritos Chiclayo y La Victoria; acequia Pullen por el lado centro del distrito. Según el mapa de seguridad físico-ambiental, el área por donde circula la acequia Pullen es de riesgo alto, porque ocasiona el desborde de la acequia en lugares topográficamente deprimidos (Urb. Del Ingeniero y la parte posterior de Senati y Sencico); al igual que parte de la zona sur donde se ubica la acequia Yortuque que es de riesgo muy alto. Cabe señalar que las últimas acequias mencionadas poseen ramificaciones de menor volumen utilizada para los terrenos de cultivo.

Chiclayo, presenta una topografía suave con elevaciones como son los cerros Cruz de la Esperanza y Cerropón y depresiones topográficas, que son fácilmente inundables en épocas de lluvia, debido a que presentan nulas posibilidades de drenaje natural. Sus cotas fluctúan entre los 20 y 45 m.s.n.m. la cota mínima se presenta al sureste de la ciudad colindante a la vía circunvalación y la máxima altura de 45 m.s.n.m. se presenta en los cerros Cruz de la Esperanza y Cerropón al este de la ciudad; mostrando una pendiente promedio de 0.17%, con dirección oeste - suroeste. Las zonas con depresiones topográficas se ubican principalmente en los AA.HH. Villa Hermosa, 1º de Mayo, Victor Raúl Haya de la Torre, UPIS María Parado de Bellido, parte de los AA.HH. Urrunaga, 9 de Octubre, Antonio Raymondi, 1º de Junio y parte de la Urb. Las Brisas, entre otros. (p.45)



HIDROGRAFÍA Y TOPOGRAFÍA

<p>ÁREAS MÁS ELEVADAS</p> <p>COTAS DESDE 30.00 MSNM HASTA 75.00 MSNM</p>	<p>EN EL DISTRITO SE ENCUENTRAN DOS SECTORES CON LAS COTAS MÁS ELEVADAS, EN LOS CUALES LA COTA MÁS BAJA ES 30.00MSNM, ESTOS SON:</p> <ul style="list-style-type: none"> - UNO UBICADO ENTRE LAS EXTENSIONES DE LA VÍA DE EVITAMIENTO Y LA CARRETERA A PIMENTEL, DONDE LA COTA MÁS ELEVADA LLEGA A 75.00 MSNM. - EL OTRO EN LA CRUZ DE LA ESPERANZA, CON UNA COTA DE 70.00 MSNM.
<p>ÁREAS MENOS ELEVADAS</p> <p>COTAS DESDE 25.00 MSNM HASTA 30.00 MSNM</p>	<p>EL RESTO DEL DISTRITO ES RELATIVAMENTE REGULAR, CON CURVAS DE NIVEL QUE VARIAN DESDE LOS 25.00 HASTA LOS 30MSNM</p>
<p>— — — — —</p> <p>— — — — —</p> <p>— — — — —</p>	<p>ACEQUIA COIS</p> <p>ACEQUIA PULLEN</p> <p>ACEQUIA YORTUQUE</p>
<p>□ □ □ □</p>	<p>DISTRITO DE CHICLAYO 2,727. 80 has</p>

4.2.4 Clasificación de uso de suelo

En el distrito de Chiclayo 2,286.84 has. son áreas urbanizadas, lo que viene a ser el 83.84 % del área total. Este porcentaje incluye a las áreas ocupadas por usos e instalaciones urbanas metropolitanas, en los que se desarrollan actividades propias de la ciudad.

El 16.16% restante, que viene a ser 440.90 has, son áreas no ocupadas por uso urbano actual y en posible expansión urbana consideradas aptas para habitar. Se encuentran localizadas en el lado suroeste del distrito y el lado este, entre el aeropuerto y el A.H. Fanny Abanto Calle.



USOS DE SUELO			
LEYENDA	EQUIPAMIENTO	HAS	%
	Z. URBANA	2,286.90	83.84%
Indica el área que se encuentra habitada y cuenta con los servicios básicos			
	Z. URBANIZABLE	440.90 has	16.16%
Indica el área que no se encuentra habitada pero está apta para habitar			
	DISTRITO DE CHICLAYO	2,727. 80 has	

4.2.5 Seguridad físico-ambiental

Para INDECI (2003): en el distrito de Chiclayo, se han identificado cuatro niveles de peligro. La calificación del territorio urbano según los niveles de peligro se aprecian en la Lámina N°12.

El 7.84 % del suelo del distrito de Chiclayo es de **RIESGO MUY ALTO**, según se señala en el mapa de seguridad físico-metropolitano del plan de desarrollo urbano Chiclayo metropolitano, resaltan dos sectores:

- **Sector I:** localizado entre las Avs. Luis Gonzáles, Pedro Ruiz, Sáenz Peña y Bolognesi. Tiene un área de 60.83 has y representa el 2.23% del distrito de Chiclayo. Este sector se ve afectado por la probabilidad de licuación severa ante la ocurrencia de un sismo, porque presenta depósitos de arena sumergidos en niveles freáticos superficiales. Con respecto a lluvias intensas y escorrentía de aguas superficiales, este sector presenta niveles de inundaciones críticas en el mercado modelo y valores probables de intensidades sísmicas de grado VII+, por la estratigrafía del suelo y la capacidad portante. El material predominante de las edificaciones es el ladrillo y el concreto, se encuentran en regular estado de construcción y de conservación, a causa de la antigüedad de la mayoría de las edificaciones; el 100% de las vías se encuentran pavimentadas.

- **Sector II:** comprende: UPIS Señor de los Milagros, UPIS Las Américas, P.J. San Nicolás, El Molino, San Martín, San Francisco, Buenos Aires, Zamora, Chino, Pastor Boggiano, Urb. Polifap, P.J. Jesús de Nazareno, Hipólito Unanue. Divino Maestro, Corazón de Jesús, Urb. Sta. Ángela, Ana de los Ángeles, Villa el Salvador, Carmen Angélica, Los Jardines de Santa Rosa, San Borja, Las Delicias, La Florida I, Café Perú, Daniel A. Carrión, El Amauta, La Florida II, Pinos de la Plata, Los Jazmines, Los Robles, Arturo Cabrejos Falla, Federico Villarreal, Santa Victoria, San Eduardo, P.J. Muro, Diego Ferre, UPIS Ciro Alegría. Este sector se encuentra afectado por inundaciones críticas, suelos con alta a extremadamente alta expansibilidad y valores probables de intensidades sísmicas de grado VIII, debido a la estratigrafía del suelo y la capacidad portante.

El 12.67% del suelo del distrito de Chiclayo, es de **RIESGO ALTO**, donde los peligros recurrentes son ocasionados por la acción pluvial y el desborde de acequias que generan inundaciones críticas en áreas topográficamente deprimidas, así también se presentan peligros como son la alta expansividad, baja capacidad portante y estratigrafía del suelo muy blando. Se determinan los siguientes sectores:

- **Sector III - Chiclayo:** localizado al lado Oeste del distrito. La mayor afectación en este sector está relacionado a la acción pluvial, presentándose inundaciones críticas en áreas con nula posibilidad de drenaje natural, en los AAHH. Las Brisas, 9 de Octubre y en las Urbs. Precursores, Santa Alejandrina y Felipe Salaverry. Las inundaciones temporales, que presentan posibilidad de drenaje natural se presentan en los A.H. Ampliación Cruz del Perdón, Virgen de la Paz y San Julio. Parte del sector presenta suelos con media a alta expansibilidad, afectando parte de las Urbs. Los Precursores y Felipe Salaverry. El uso predominante en el sector es el residencial, donde gran porcentaje de las viviendas son de adobe o de adobe - ladrillo, en mal estado de construcción; lo que las hace altamente vulnerables ante fenómenos de geodinámica externa. Un factor que incide en la formación de inundaciones es el curso sinuoso de la acequia Pulen entre los AA.HH. Cerro Pololó y Virgen de la Paz. Se encuentran afectados por inundaciones, el CE. Fe y Alegría, el complejo deportivo y el mercado 9 de Octubre. En cuanto al sistema vial, solo se encuentran pavimentadas algunos tramos de las vías principales de los AAHH., lo que dificultaría el desplazamiento de la población en casos de emergencia.

- **Sector IV - Chiclayo:** predomina en el sector el uso residencial, siendo las viviendas en su gran mayoría de ladrillo en regular estado de conservación. Se encuentra afectado por inundaciones temporales, ya que la pendiente del terreno le permite relativamente evacuar las aguas de inundación en un tiempo menor, comparativamente con las inundaciones críticas. Además, se ve afectado por la presencia de suelos expansivos de media a alta expansibilidad. La infraestructura que estaría afectada sería: el estadio Elías Aguirre, los CE. N°. 10023, 11016, Santa Magdalena Sofía y el

CEI N° 231 en la Urb. Chiclayo, Rosa María Checa en José Balta; el Policlínico Oeste y el Seminario Santo Toribio. Al igual que el sector anterior, solo se encuentran pavimentados algunos tramos de las vías principales de los AAHH., lo que dificultaría el desplazamiento de la población en casos de emergencia.

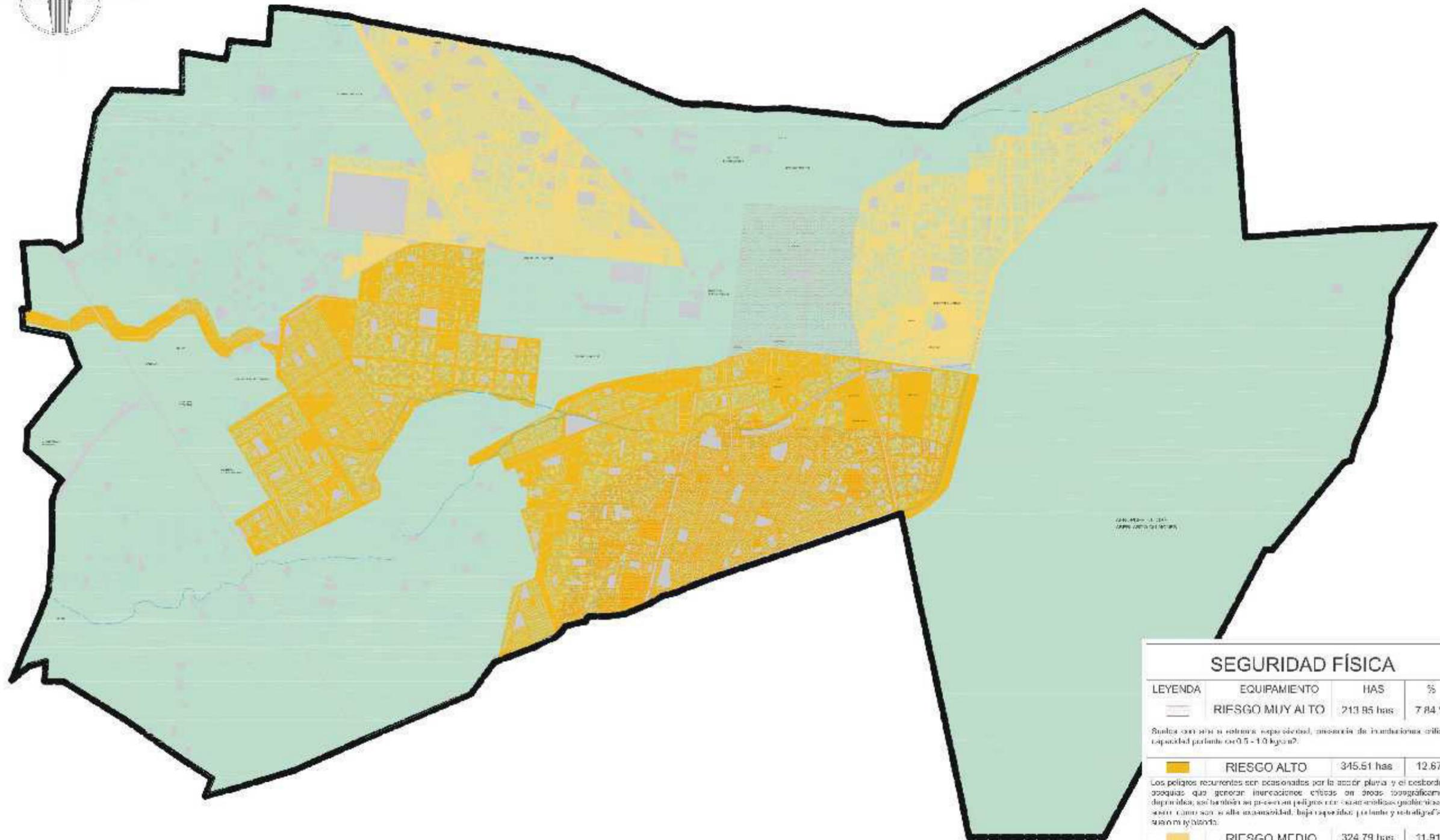
El área que presenta **RIESGO MEDIO** representa el 11.91% del suelo del distrito de Chiclayo, donde las zonas son afectadas principalmente por procesos de geodinámica interna de regular intensidad, presentando características de expansividad media a baja, con una capacidad portante del suelo de 1 a 2 kg/cm², con estratigrafía del suelo medio y semiduro. Encontrándose los siguientes sectores:

- **Sector V:** al Este del centro de la ciudad. Con una superficie aproximada de 142.09 Has. (5.20% del área total del distrito). Comprende la Urb. Progresiva Sagrado Corazón de Jesús, San Guillermo, Ucho Fen, Urb. Sto. Toribio, Urb. San Juan, Urb. Popular El Obrero, los PJs. San Antonio, Ampliación San Antonio, Puente Blanco y Suazo. En lo referente a materiales de construcción de las viviendas se distinguen dos zonas claramente diferenciadas, el área contigua al centro de la ciudad muestra viviendas predominantemente de ladrillo en regular estado de conservación, y el área comprendida entre las Avs. Nicolás de Pierola y Mesones Muro presenta viviendas de adobe y ladrillo. En este sector se presentan tres tipos de inundaciones: desborde de la acequia Cois, inundaciones críticas que afectan el AH. San Antonio y parte del PJ. Suazo e inundaciones temporales afectando parte del área central de la ciudad y del AH. Suazo y de la Urb. San Juan. Tiene suelos con mediana a alta expansibilidad, y valores probables de intensidades sísmicas de grado VII, debido a la estratigrafía del suelo que posee y a la capacidad portante. La zona contigua al área central de la ciudad, cuenta con vías pavimentadas; siendo menos vulnerable, que la zona comprendida entre las Avs. Nicolás de Pierola y Mesones Muro.

- **Sector VI:** ubicado al Oeste del distrito, sobre la Av. Leguía. Comprende los AAHH. Luis A. Sánchez, Nérida Castillo, Santo Toribio de Mogrovejo y 4 de Noviembre. El uso predominante es residencial, con

viviendas de adobe en mal estado de conservación, altamente vulnerables ante fenómenos de geodinámica externa e interna. Se encuentra afectado por inundaciones temporales, la pendiente del terreno permite relativamente evacuar aguas de inundación, en un tiempo menor comparativamente con las inundaciones críticas. Además, se ve afectado por suelos de baja a media expansibilidad y valores probables de intensidades sísmicas de grado VII, debido a la estratigrafía del suelo y la capacidad portante.

El 67.48% restante del área total del distrito tiene un **RIESGO BAJO**, el cual equivale a 1843.55 has de terreno, siendo el que cuenta con mayor porcentaje.



SEGURIDAD FÍSICA			
LEYENDA	EQUIPAMIENTO	HAS	%
	RIESGO MUY ALTO	213.85 has	7.84 %
Suelo con poca o ninguna cohesión, presencia de inundaciones críticas, capacidad portante $0.5 - 1.0 \text{ kg/cm}^2$.			
	RIESGO ALTO	345.51 has	12.67 %
Los peligros recurrentes son ocasionales por la acción pluvial y el esborde de zapichas que generan inundaciones críticas en áreas topográficamente deprimidas, así también se presentan peligros por ocasionales deslizamientos de tierra como son: alta inestabilidad, baja cohesión, pendiente y rotación de sustrato y albedo.			
	RIESGO MEDIO	324.79 has	11.91 %
Estas zonas se encuentran afectadas principalmente por procesos de Geodinámica Interna de regular intensidad, presenta características de cohesividad media a baja, con una capacidad portante del suelo de 1 a 2 kg/cm^2 , con estratigrafía de suelo medio y saturado.			
	RIESGO BAJO	1843.56 has	67.58 %
	DISTRITO DE CHICLAYO	2.777.80 has	

**CAPÍTULO V: DIAGNÓSTICO DEL MEDIO FÍSICO-URBANO DEL
DISTRITO DE CHICLAYO.**

Introducción

El diagnóstico urbano del distrito de Chiclayo, permitirán analizar el distrito en todos sus aspectos, como son: usos de suelo, zonificación, equipamiento, sistema vial, transporte urbano y servicios básicos; con el fin de obtener datos que nos permitan determinar la mejor ubicación y orientación del proyecto.

Se definió como muestra de estudio 2,227.80 Has de terreno, pertenecientes al distrito de Chiclayo.

5.1 Usos de suelos.

Dentro de los usos urbanos que caracteriza al distrito, el más alto porcentaje corresponde al **USO RESIDENCIAL**, con el 30.74% del área urbana (838.52 has). Se observa en la Lámina N°13, que existe un sector que aún se encuentra en crecimiento, es el lado suroeste del distrito, el cual contiene áreas libres con valles de sembrío; sin embargo, parte de este crecimiento se viene dando de manera desordenada y por medio de asentamientos humanos con déficit de recursos, equipamiento urbano, vías y transporte.

El uso que sigue al residencial en cuanto a porcentaje, es la denominación de **OTROS USOS** con 22.81% que corresponde a la gran infraestructura urbana del distrito (622.13has).

El **USO COMERCIAL** también es muy relevante pese a que representa tan solo el 4.09% equivalente a 111.50 has. Este se encuentra concentrado básicamente en el centro del distrito de Chiclayo determinado por las siguientes avenidas: Francisco Bolognesi, Luis Gonzáles, Augusto B. Leguía y Saenz Peña; este sector contiene uno de los centros de abasto más importantes del distrito como es el mercado modelo y alberga su centro financiero. Además del centro, se identifican claramente algunos ejes comerciales ubicados en avenidas principales, tales como: Av. Augusto B. Leguía, Av. Salaverry, Av. Saenz Peña y Av. Santa Victoria; donde en cada una de ellas prevalece un tipo de comercio específico.

El **USO INDUSTRIAL** se encuentra focalizado, es de características livianas y está limitado pues representa el 0.70% equivalente a 19.18 has. y está localizado principalmente en el eje Chiclayo - Pimentel donde se encuentran instaladas industrias agroindustriales.

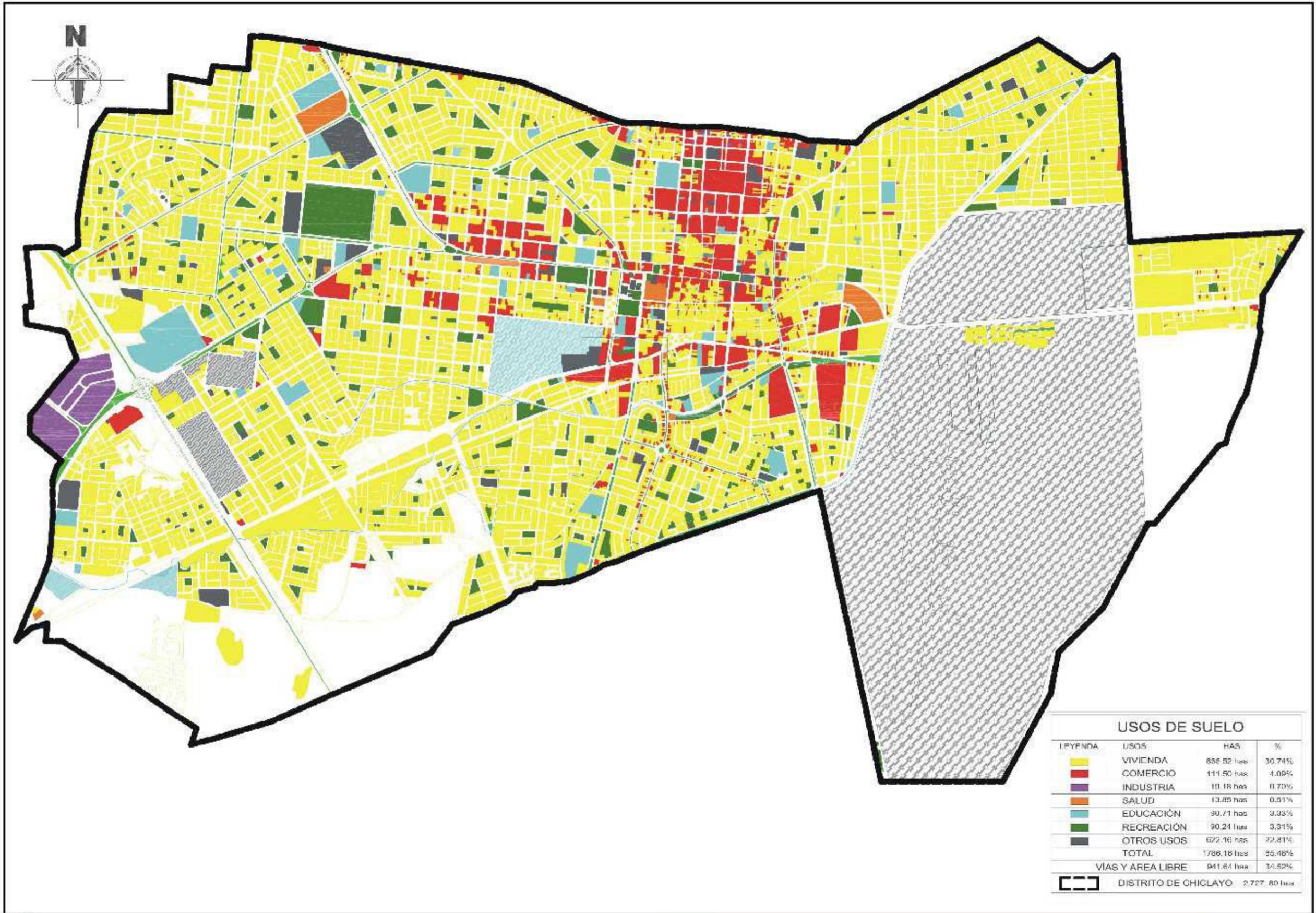
En cuanto al **EQUIPAMIENTO**, tanto de salud, educación como recreación, abarca un porcentaje de 7.15% que corresponde a 189.99 has, todos estos distribuidos en todo el distrito.

Cabe destacar el 34.52% ocupado por las **VÍAS Y EL AREA LIBRE** sin uso actual que es la mayor extensión del área urbana metropolitana perimétrica, en muchos casos áreas que están cambian de uso de agrícola a urbano o zonas eriazas potencialmente urbanizables.

CUADRO N° 5.1
Usos de suelo urbano del distrito de Chiclayo

Uso - Actividad		Has.	%
Residencial		838.52	30.74
Comercial		111.50	4.09
Industrial		19.18	0.70
Equipamiento	Salud	13.85	0.51
	Educación	85.43	3.33
	Recreación	90.71	3.31
	Subtotal	189.99	7.15
Otros usos		622.13	22.81
Vías y área libres		941.67	34.52
Área total		2727.80	100

Fuente: PDUA. Elaboración propia



5.2 Zonificación

La zonificación urbana identifica áreas que por sus características físico espacial, de tendencia, compatibilidad y de planificación han sido clasificadas dentro del suelo urbanizable de acuerdo a sus condiciones específicas de uso: uso residencial, uso comercial, uso de equipamiento urbano, uso de otros usos y uso industrial.

Teniendo en cuenta, la zonificación propuesta por el Plan de Desarrollo Urbano y Ambiental de Chiclayo Metropolitano, se determina lo siguiente:

En el distrito de Chiclayo es predominante el uso residencial, donde se encuentran tres tipologías de viviendas, las cuales son: R3 (mediana densidad), R4 (mediana densidad) y R5 (alta densidad), prevaleciendo la segunda.

El comercio se plantea de dos formas:

- **Centro comercial:** ubicado en el centro del distrito, se encuentra delimitado por la Av. José Leonardo Ortiz, Av. Augusto B. Leguía, Av. Sáenz Peña y Av. Francisco Bolognesi. En este sector se encuentran las agencias bancarias y diferentes tiendas comerciales.

- **Corredores comerciales:** conformado por las avenidas principales, tales como: Av. Augusto B. Leguía, Panamericana Norte, Av. Eufemio Lora y Lora, Av. Belaunde, Av. Salaverry - Juan Tomis Stack, Av. Zarumilla, Vía de Evitamiento, Av. Bolognesi, Av. Cieza de León, Av. Colectora, Av. Chinchaysuyo, Av. Grau, Av. Sesquincenario, Av. La Libertad, Av. Víctor Haya de la Torre, Av. Elvira García, Av. Mesones Muro; estos corredores tienen algún tipo de comercio específico que son compatibles el uso residencial, ver Cuadro N°5.2. Además, en el distrito encontramos los siguientes: CE (comercio especializado), C5 (comercio distrital) y C9 (comercio metropolitano).

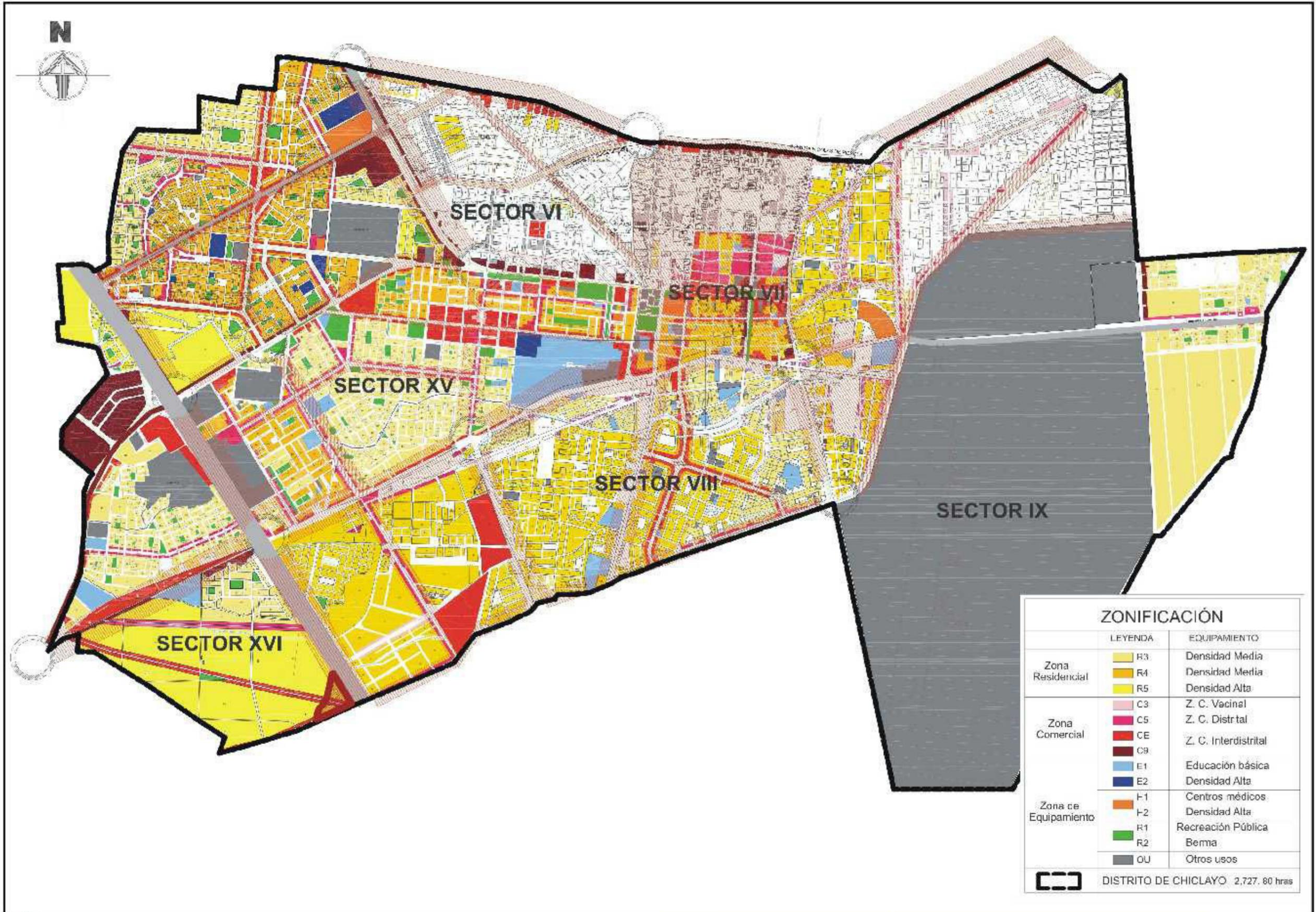
CUADRO N° 5.2

Cuadro resumen de zonificación comercial

ZONIF.		NIVEL DE SERVICIO	LOTE MÍNIMO	FRENTE MÍNIMO	ALT. MAX. DE EDIFICACIÓN	COEF. EDIF.	RES. COMP
C O M E R C I A L	C-9	COMERCIO METROPOLITANO	400m2	20ml	Vías+40ml 15pisos- 45m	7.0	R8 RDA
			300m2	12ml	Vías+40ml 12pisos-36m		R5,R6 ,R8 RDA
	CE	COMERCIO ESPECIALIZADO	200m2	10ml	Vías +30ml 10 pisos-30m	6.0	R5,R6 ,R8 RDA
			180m2	8ml	Vías+25ml 7 pisos o 21m	4.9	
			160m2	6ml	Vías +20ml 8 pisos-24m	3.5	
	C-5	COMERCIO DISTRITAL	200m2	10ml	Vías de 18ml 8pisos-24m	5.6	R5,R6 RDA
	C-3	COMERCIO VECINAL Y SERVICIOS	160m2	6ml	Secc. 12 a 17ml Calles princ. 5pisos-15m	3.5	R4 RDM

Fuente: Reglamento de Zonificación Urbana PDU

En el sector donde se ubica el **uso industrial** del distrito, eje Chiclayo-Pimentel, es modificado de uso para proponerse un comercio de tipo C9, esto debido a que, en la actualidad, este sector se encuentra rodeado de viviendas, por lo que se ha visto obligado a realizar este cambio ya que el uso industrial no es compatible con el uso residencial.



5.3 Equipamiento

Según el plan de desarrollo urbano de Chiclayo Metropolitano (2011):

Equipamiento educativo.

Al 2010 existe un evidente déficit en la infraestructura educativa escolar con cerca de 30 hectáreas, equivalentes a 456 aulas de nivel inicial, 65 aulas de nivel primario y 170 aulas de nivel secundario, que podrían corresponder a 10 colegios y 40 CEIs.

CUADRO N° 5.3
Chiclayo 2010 - Déficit de infraestructura educativa metropolitana

Educación Inicial			Educación primaria			Educación secundaria		
Aulas exist.	Déficit		Aulas exist.	Déficit		Aulas exist.	Déficit	
	Aulas	Has		Aulas	Has		Aulas	Has
998	456	10.94	2917	65	5	1912	170	12.72

Fuente: Dirección Regional de Educación

Equipamiento hospitalario.

Actualmente con el hospital Luis Heysen Inchaustegui de ESSALUD y el hospital Regional, así como otros hospitales privados (hospital Docente de la Universidad Santo Toribio de Mogrovejo), no solo se ha generado un superávit respecto de los índices de cálculo normativos, sino también una desconcentración de este equipamiento del centro de la ciudad donde se localizan los más antiguos hospitales de Chiclayo.

Equipamiento de recreación y deporte.

De los aspectos más deficitarios del USO DE EQUIPAMIENTO urbano del sistema metropolitano de Chiclayo está el EQUIPAMIENTO DE RECREACION Y DEPORTE, donde existe tan solo 1.7 m² por habitante cuando la norma mínima nos pide 8 m². El resultado es un gran déficit de 454 hectáreas, la necesidad de contar con parques metropolitanos de gran tamaño, identificando en las zonas periféricas como producto de procesos informales de apropiación del suelo donde el uso es casi totalmente residencial opciones para la instalación de parques y jardines en busca de mejorar la calidad de vida urbana.

Equipamiento Comercial.

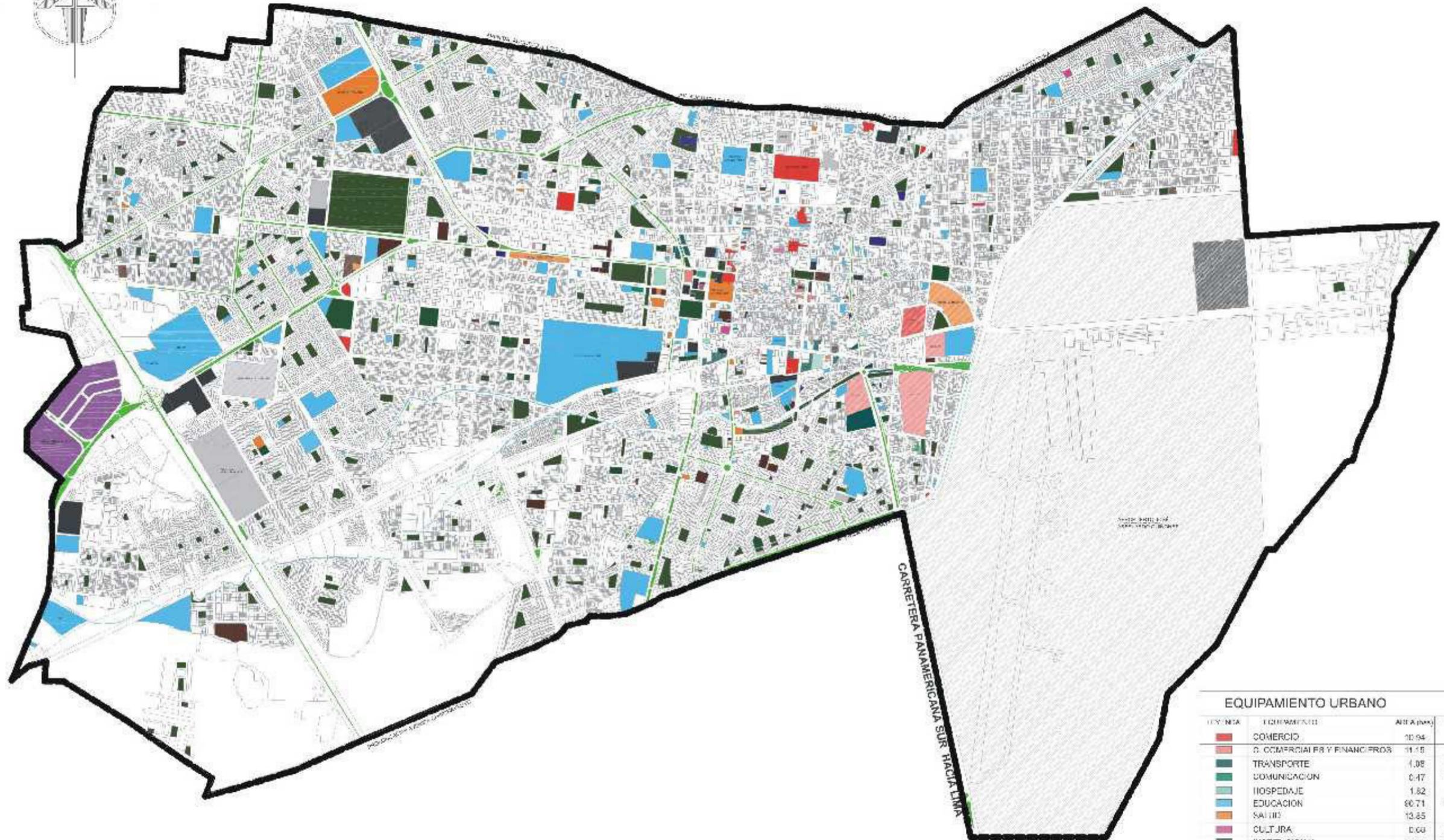
Pese a la característica y función como centro comercial Chiclayo adolece de falta de equipamiento de esta índole e inclusive el existente es obsoleto. El gran mercado mayorista de Chiclayo, nuevos malls así como mercados zonales que desconcentren la persistencia del centro histórico y Moshoque estarían en las 34.34 hectáreas de déficit en este aspecto.

En la Lámina N°15 se muestran los equipamientos existentes en el distrito, los cuales están detallados en el Cuadro N° 5.4; en equipamiento comercial sólo se han considerado los mercados y supermercados, ya que las tiendas menores se encuentran dentro de usos de suelos; en transporte los terminales terrestres tanto de buses como colectivos; en hospedaje, los hoteles más importantes del distrito; en otros usos: áreas culturales, locales institucionales, templos religiosos y seminarios, locales de seguridad y otros usos como estacionamientos, aeropuerto, asilo, aldeas infantiles, coliseo, cementerio y la central de electro norte; finalmente en recreación se consideran parques y canchas deportivas tanto privadas como de uso libre.

CUADRO N° 5.4
Equipamiento urbano del distrito de Chiclayo

Equipamiento		Has.	%
Comercio		10.94	1.29
C. comerciales y financieros		11.15	1.32
Transporte		4.08	0.48
Comunicación		0.47	0.06
Hospedaje		1.82	0.22
Educación		90.71	10.73
Salud		13.85	1.64
Otros usos	Cultura	0.68	0.08
	Institucional	33.57	3.97
	Religioso	10.88	1.29
	Seguridad	1.84	0.22
	Otros usos	575.16	68.03
Recreación		90.24	10.67
Área Total		845.44	100

Fuente: PDUA. Elaboración propia



EQUIPAMIENTO URBANO

CODIGO	EQUIPAMIENTO	AREA (MMS)	%
1	COMERCIO	10.54	1.29
2	C. COMERCIALES Y FINANCIEROS	11.15	1.37
3	TRANSPORTE	1.08	0.16
4	COMUNICACION	0.47	0.06
5	HOSPEDAJE	1.62	0.22
6	EDUCACION	60.71	10.73
7	SALUD	13.85	1.84
8	CULTURA	0.60	0.08
9	INSTITUCIONAL	23.60	3.97
10	RELIGIOSO	10.80	1.29
11	SEGURIDAD	1.84	0.27
12	OTROS USOS	575.16	68.03
13	RECREACION	80.74	10.67
TOTAL EQUIPAMIENTO		845.47	100.00
DISTRITO DE CHICLAYO		2.727.801ms	

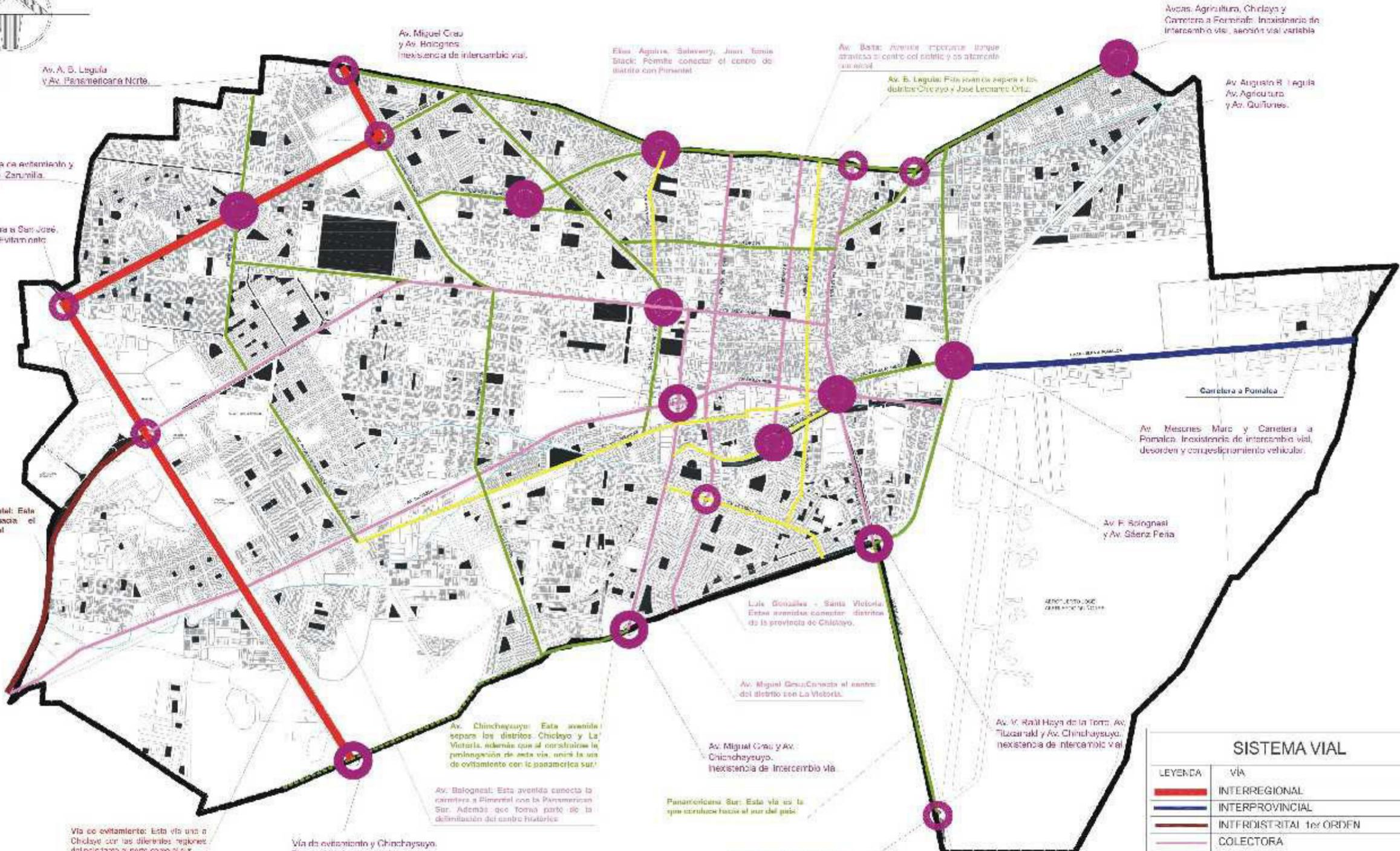
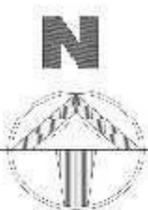
5.4 Sistema vial

INDECI (2003), expone: la red vial urbana de Chiclayo responde a un esquema de organización radial, basado en el trazo original de las vías de comunicación entre Chiclayo y las localidades más importantes de su entorno. Dicho esquema se encuentra complementado con la apertura vial paralela al curso de las acequias Cois, Pulen y Yortuque; y con el trazo ortogonal de la trama urbana.

Si bien, el esquema de organización permite la articulación del espacio central con los espacios periféricos, la ausencia de vías integradoras aunada a la insuficiente pavimentación vial en la ciudad de Chiclayo, impiden la adecuada articulación entre los diferentes espacios periféricos; constituyendo una de las principales restricciones que obstaculizan la conformación del sistema vial.

A pesar de la inexistencia de un sistema vial organizado y debidamente categorizado, se pueden apreciar tres niveles de jerarquización en toda la red vial urbana. El primer nivel es el conformado por la carretera Panamericana Norte y que en el área urbana constituye la vía de Circunvalación Oeste, aún no culminada en el tramo comprendido entre las salidas a San José y Lambayeque. El segundo nivel es el conformado por las principales vías de la ciudad que hacen posible la canalización de los flujos de transporte urbano, entre las que se encuentran las avenidas A. B. Leguía, Haya de la Torre, Salaverry, etc.; y finalmente el tercer nivel es el conformado por las vías de función de apoyo y complementarias.

La escasa pavimentación vial propicia bajos niveles de accesibilidad en áreas periféricas urbanas. En la ciudad predomina la pavimentación de tipo flexible (la pavimentación movable se localiza en algunos sectores específicos como en la antigua estación del ferrocarril a Pimentel y al pie de la iglesia de la Verónica); y la pavimentación de tipo rígida (losas de concreto) es poco evidente en las vías de uso público.



SISTEMA VIAL	
LEYENDA	VÍA
	INTERREGIONAL
	INTERPROVINCIAL
	INTRADISTRITAL 1er ORDEN
	COLECTORA
	PRINCIPAL
	SECUNDARIA
	EN CONSTRUCCIÓN
	NODO (Óvalo)
	PUNTO CRÍTICO
	DISTRITO DE CHICLAYO

5.5 Transporte urbano

CONSIA (2007), afirma que en la ciudad de Chiclayo se ha consolidado un esquema de movilidad sustentado esencialmente en los modos de transporte individuales, en deterioro de las alternativas masivas. Las estimaciones referidas a la división modal, así como el total de pasajeros que utilizan los distintos modos de transporte en un día laboral es la siguiente:

CUADRO N° 5.5
Total de pasajeros que utilizan los distintos modos de transporte en la ciudad de Chiclayo.

Modo	Pasajeros/día	Participación
Buses y camionetas rurales	155 868	15.1%
Colectivos	102 805	10.0%
Taxis	483 012	46.8%
Mototaxis	291 117	28.2%
Total	1, 032 802	100.0%

Fuente: CONSIA 2007

Se verifica de estos resultados que mientras los modos masivos (micros y combis) son responsables de apenas el 15% de los desplazamientos, los modos no masivos (autos colectivos, taxis y mototaxis) movilizan el 85% de los viajes. A su vez, la elevada participación de aquéllos en la elección modal de los usuarios resta pasajeros a los modos masivos, lo cual deviene en una pérdida potencial de ingresos de éstos que les resta sustentabilidad. Esto se ve claramente manifestado en las dificultades para renovar y mantener en condiciones adecuadas la flota de los modos masivos de transporte de Chiclayo.

Abundan los servicios de transporte no masivos, los que compiten con rutas de micros y camionetas rurales, cuya oferta está fragmentada y en donde las combis reemplazan a los micros de mayores dimensiones.

Para el usuario individual el sistema posee ventajas, como buena cobertura territorial, bajo costo o elevadas frecuencias. Pero, para el conjunto

de la sociedad el resultado es negativo por las externalidades derivadas de la elevada siniestralidad, la contribución a la congestión vial en áreas críticas y a la degradación del medio ambiente como consecuencia de las mayores emisiones sonoras y gaseosas producidas por unidades poco compatibles con los volúmenes de demanda transportados.

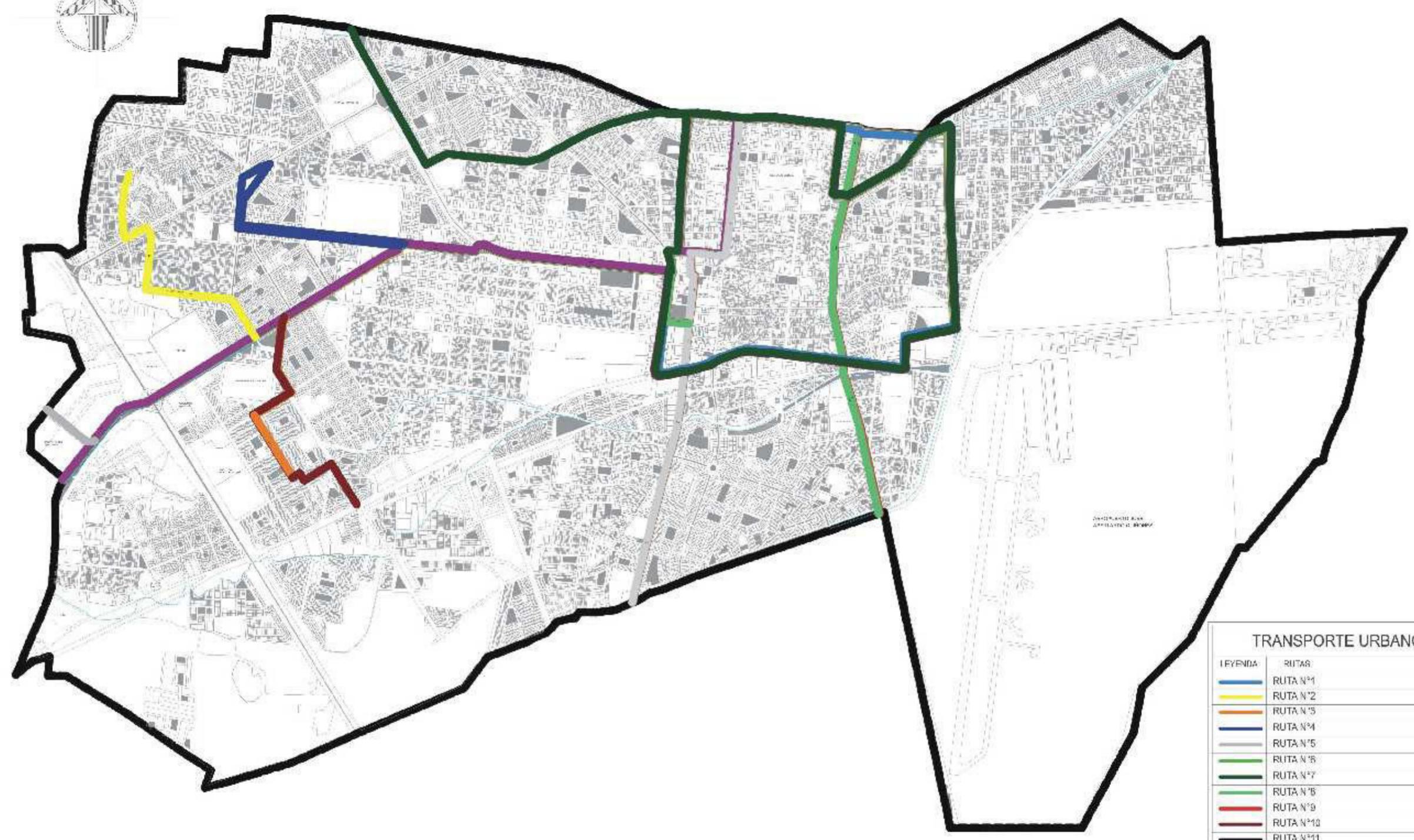
La oferta de transporte masivo urbano se encuentra materializada por los servicios de camionetas rurales (combis) y de ómnibus que recorren el distrito (Ver Lámina N° 17), son 15 empresas que prestan este servicio y a continuación se enumeran:

CUADRO N° 5.6

Listado de empresas de transporte masivo (combis) de Chiclayo.

Ruta	Color	Empresa
1	Celeste	Fermín Avila Morón
2	Amarillo	Trancesa
3	Naranja	Ceropón
4	Azul	El Rally
5	Gris oscuro	Virgen del Carmen de la Pradera y la Plata S.A.
6	Verde claro	El Milagro
7	Verde oscuro	Sto. Toribio de Mogrovejo SAC
8	Verde agua	Multiservicios La Victoria SAC
9	Rojo	Empresa de Transporte El Chasqui
10	Guinda	Santuario de la Paz
11	-	Cristo Rey Inmortal
12	-	Tumisa
13	-	Empresa de Transporte Santa Rosa
14	Gris claro	Servicios La Victoria SAC
15	Lila	Fermín Avila Morón Express

Fuente: CONSIA 2007. Elaboración propia



TRANSPORTE URBANO	
LEYENDA	RUTAS
	RUTA N°1
	RUTA N°2
	RUTA N°3
	RUTA N°4
	RUTA N°5
	RUTA N°6
	RUTA N°7
	RUTA N°8
	RUTA N°9
	RUTA N°10
	RUTA N°11
	RUTA N°12
	RUTA N°13
	RUTA N°14
	RUTA N°15
	DISTRITO DE CHICLAYO

5.6 Servicios básicos

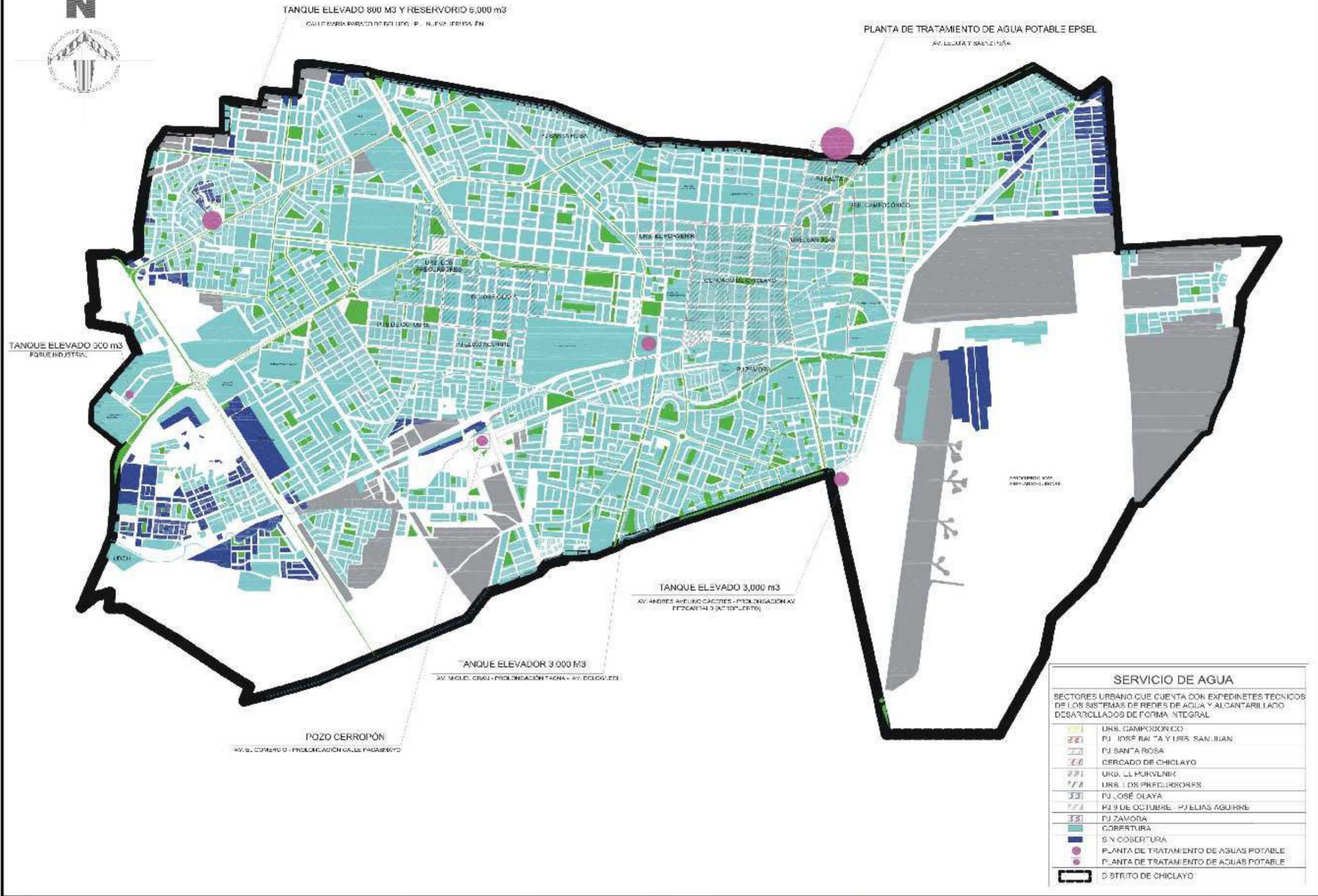
El PDU (2011), dice: en la cobertura de servicios Básicos (agua, alcantarillado y energía eléctrica), el servicio de mayor penetración y que llega primero es el de energía, abarcando el 38.34% del área del distrito de Chiclayo. Luego se encuentra el servicio de alcantarillado con 37.29% y finalmente el servicio de agua potable con un 36.56%. Cabe recalcar, que el porcentaje es poco, debido a que el Aeropuerto José Abelardo Quiñones ocupa más del 20% del área total del distrito y solo un pequeño sector de la misma se encuentra abastecido; además, el sector suroeste aún se encuentra consolidándose, por lo que, todavía existen muchos terrenos que son zonas de sembrío y que si bien en cierto cuentan con redes de servicios cercanas porque se vienen habilitando algunos sectores, aún no se encuentran totalmente abastecidas.

Alcantarillado:

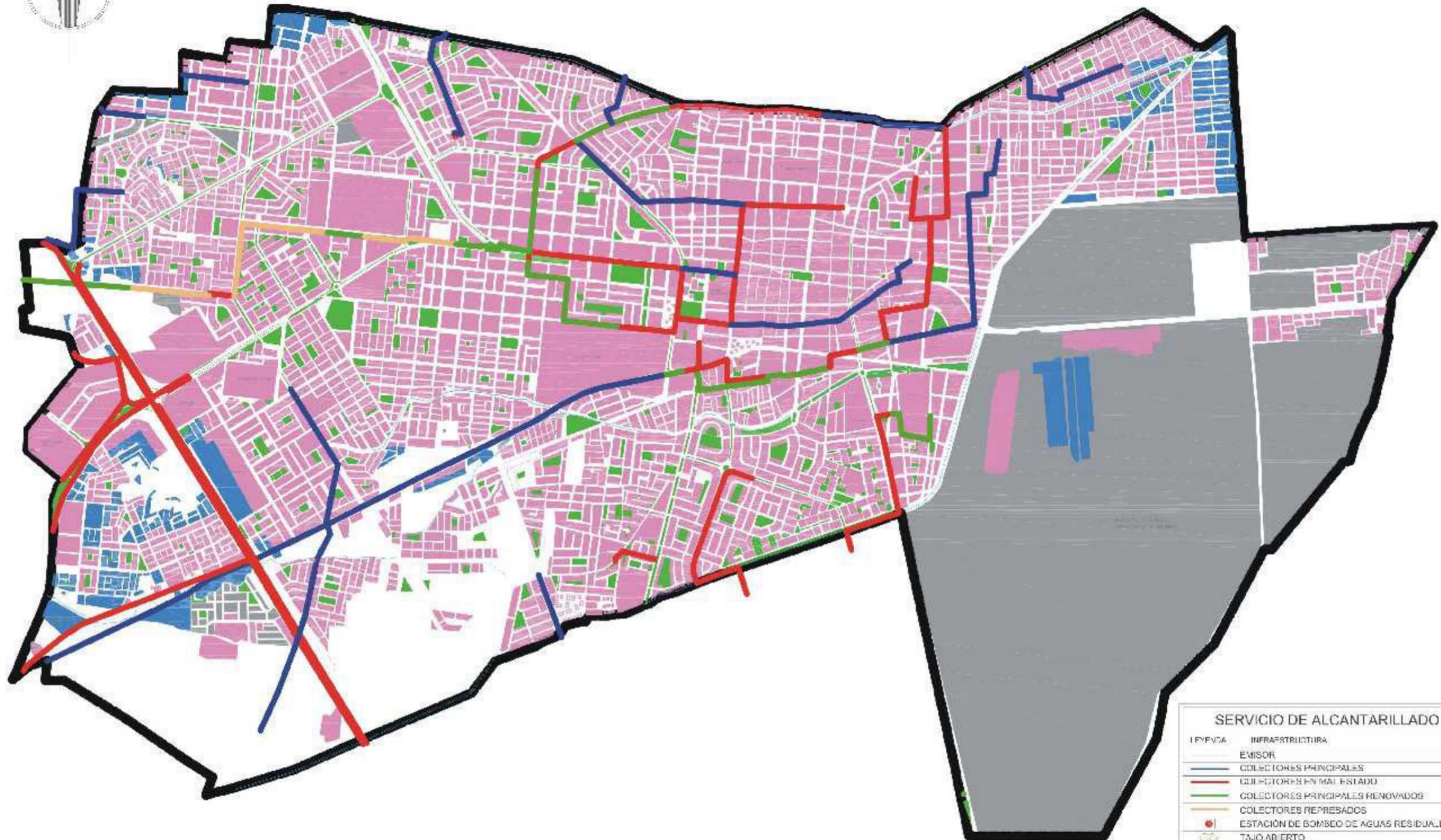
En cuanto a los sistemas de alcantarillado, tratamiento y disposición final, EPSEL cuenta con procesos de depuración de aguas residuales, sin embargo el tratamiento de éstas no es adecuado, las lagunas de oxidación existentes no cumplen con los estándares de tratamiento de aguas y están colapsando por falta de mantenimiento, generando filtraciones de agua y males olores que afectan a esa zona de población donde se ubican. Chiclayo no cuenta con un sistema de drenaje pluvial que permita la evacuación adecuada de las aguas de lluvia; de allí que en los años de lluvias intensas, los colectores de alcantarillado absorben las aguas de lluvia ocasionando la saturación del sistema de desagüe; mientras que, en las áreas urbanas no atendidas por el servicio de desagüe, la evacuación de aguas pluviales tiene que ser asistida por cámaras de bombeo. Solo el aeropuerto Abelardo Quiñones cuenta con un sistema de drenaje propio. El sistema de alcantarillado del centro histórico y periferias presenta redes que colapsan e inundan con aguas residuales, contaminando el suelo, aire, etc. La ausencia de colectores adecuados hace que las aguas residuales desemboquen en las playas de Pimentel y Santa Rosa, constituyéndose en un foco infeccioso.

Agua:

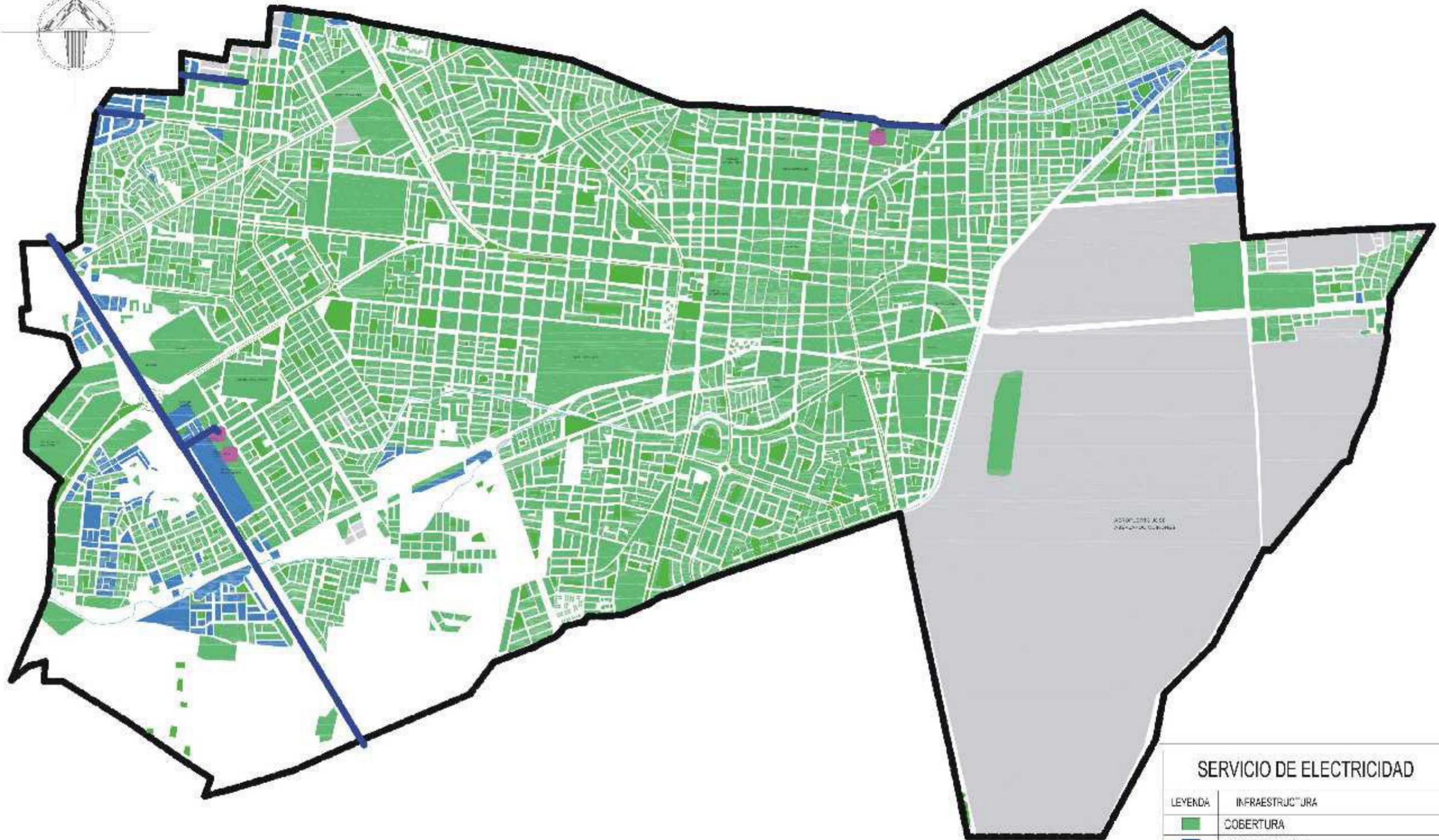
El agua se capta de la Laguna Boró I y Laguna Boró II, la cual es llevada a las dos Plantas de Tratamiento. El abastecimiento se complementa con los pozos de Electronorte y Cerropón, que abastecen Pimentel. Los tanques elevados se encuentran estratégicamente distribuidos por la ciudad y permite el suministro de agua potable de fuente subterránea en condiciones de presión.



SERVICIO DE AGUA	
SECTORES URBANO QUE CUENTA CON EXPEDIENTES TÉCNICOS DE LOS SISTEMAS DE REDES DE AGUA Y ALCANTARILLADO DESARROLLADOS DE FORMA INTEGRAL	
[Light Blue Box]	URB. CAMPODONICO
[Light Blue Box]	PJ. JOSÉ RAÍTA Y URB. SAN JUAN
[Light Blue Box]	PJ. SANTA ROSA
[Light Blue Box]	CERCADO DE CHICLAYO
[Light Blue Box]	URB. EL POKVLNIK
[Light Blue Box]	URB. LOS PRECURSORES
[Light Blue Box]	PJ. JOSÉ OLAYA
[Light Blue Box]	PJ. 9 DE OCTUBRE - PJ. ELIAS AGUIRRE
[Light Blue Box]	PJ. ZAVORA
[Dark Blue Box]	COBERTURA
[Dark Blue Box]	S/N COBERTURA
[Pink Circle]	PLANTA DE TRATAMIENTO DE AGUAS POTABLE
[Pink Circle]	PLANTA DE TRATAMIENTO DE AGUAS POTABLE
[Thick Black Line]	DISTRITO DE CHICLAYO



SERVICIO DE ALCANTARILLADO	
LEYENDA	INFRAESTRUCTURA
	EMISOR
	COLECTORES PRINCIPALES
	COLECTORES EN MAL ESTADO
	COLECTORES PRINCIPALES RENOVADOS
	COLECTORES REPRESADOS
	ESTACIÓN DE BOMBEO DE AGUAS RESIDUALES
	TALLO ABIERTO
	PLANTA DE TRATAMIENTO DE AGUAS RESIDUALES
	CORRUPCIÓN
	SIN COBERTURA
	ESTACIÓN DE BOMBEO RESIDUALES DE AGUAS
	MANZANAS PROYECTADAS
	DISTRITO DE CHICLAYO



SERVICIO DE ELECTRICIDAD	
LEYENDA	INFRAESTRUCTURA
	COBERTURA
	SIN COBERTURA
	ESTACIÓN SECHINOR
	ESTACIÓN SECHO
	ESTACIÓN LAMBAYEQUE
	REC. DE ALTA TENSIÓN
	DISTRITO DE CHICLAYO

CAPÍTULO VI: ESTUDIO DE LA OFERTA Y DEMANDA DE ZONAS DE OCIO EN EL DISTRITO DE CHICLAYO.

Introducción

El estudio de la oferta y la demanda de locales de ocio fueron realizadas en el distrito de Chiclayo entre los meses de octubre y noviembre del año 2016.

Tanto en el distrito como en todo el país no existe un centro de ocio como tal, sin embargo los centros comerciales son escenarios de alternativas de entretenimiento; por lo que se considerará dentro del estudio de la oferta al centro comercial Real Plaza de Chiclayo, el cual cuenta con algunas actividades de entretenimiento, además de ser muy concurrido por los pobladores del distrito por ser variado y el único de gran magnitud.

Asimismo se encuentran una variedad de locales de ocio distribuidos principalmente en el centro del distrito, por lo que el estudio también abarcará los principales locales de restaurantes, discotecas, bares y karaokes, canchas deportivas, gimnasios y spa. El análisis consiste en: zonas y ambientes, servicios que ofrece, tipos de ingreso, tipos de carta (restaurantes), N° de mesas (restaurantes), decoración y ambientación, servicios higiénicos, equipamiento, mobiliario y seguridad. Los datos utilizados proceden de fuentes primarias como visitas a los locales y fichas de recolección de datos en campo.

La demanda se presenta en base al análisis de actividades de ocio que realizan los pobladores, gasto promedio en estas actividades, frecuencia con la que las realiza, medios a través de los cuales se informan de estos locales, con quienes visitan estos lugares, si considera al proyecto como una propuesta novedosa, si es necesaria para los pobladores del distrito, si será viable económicamente, si está de acuerdo con que se ubique en los alrededores del distrito, espacios que se deben proponer en el centro de ocio en cuanto a actividades deportivas y de relajación, culturales, de entretenimiento y servicios complementarios con los que debería contar el proyecto.

6.1 Oferta

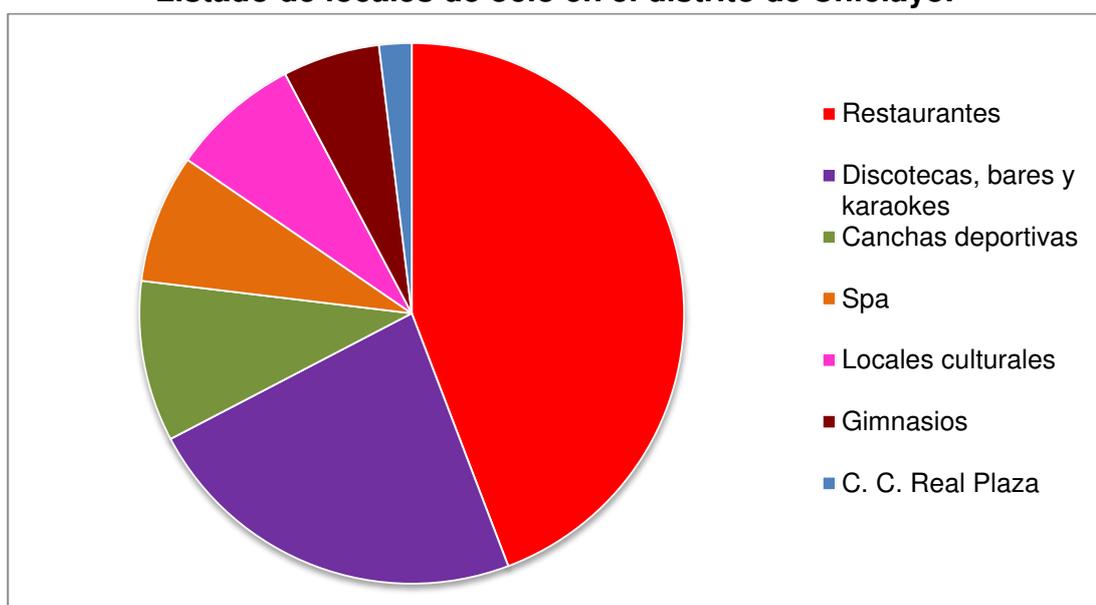
La base de datos comprende 52 locales de ocio, siendo este el 100 % analizado, se encuentra distribuido en seis tipos, restaurantes con 44.23%, discotecas, bares y karaokes con 23.08%; canchas deportivas con 9.62%; spa y locales culturales con 7.69% cada uno; gimnasios con 5.77% y finalmente el centro comercial Real Plaza con 1.92% (Ver Cuadro N° 6.1 y Gráfico N° 6.1). Se visitó cada uno de los 52 locales para el recojo de información mediante fichas según cada tipo de local. Con el fin de una mejor identificación de estos, se elaboró un plano con la ubicación de todos los locales a analizar en el distrito de Chiclayo. (Ver Lámina N° 21)

CUADRO N° 6.1
Listado de locales de ocio en el distrito de Chiclayo.

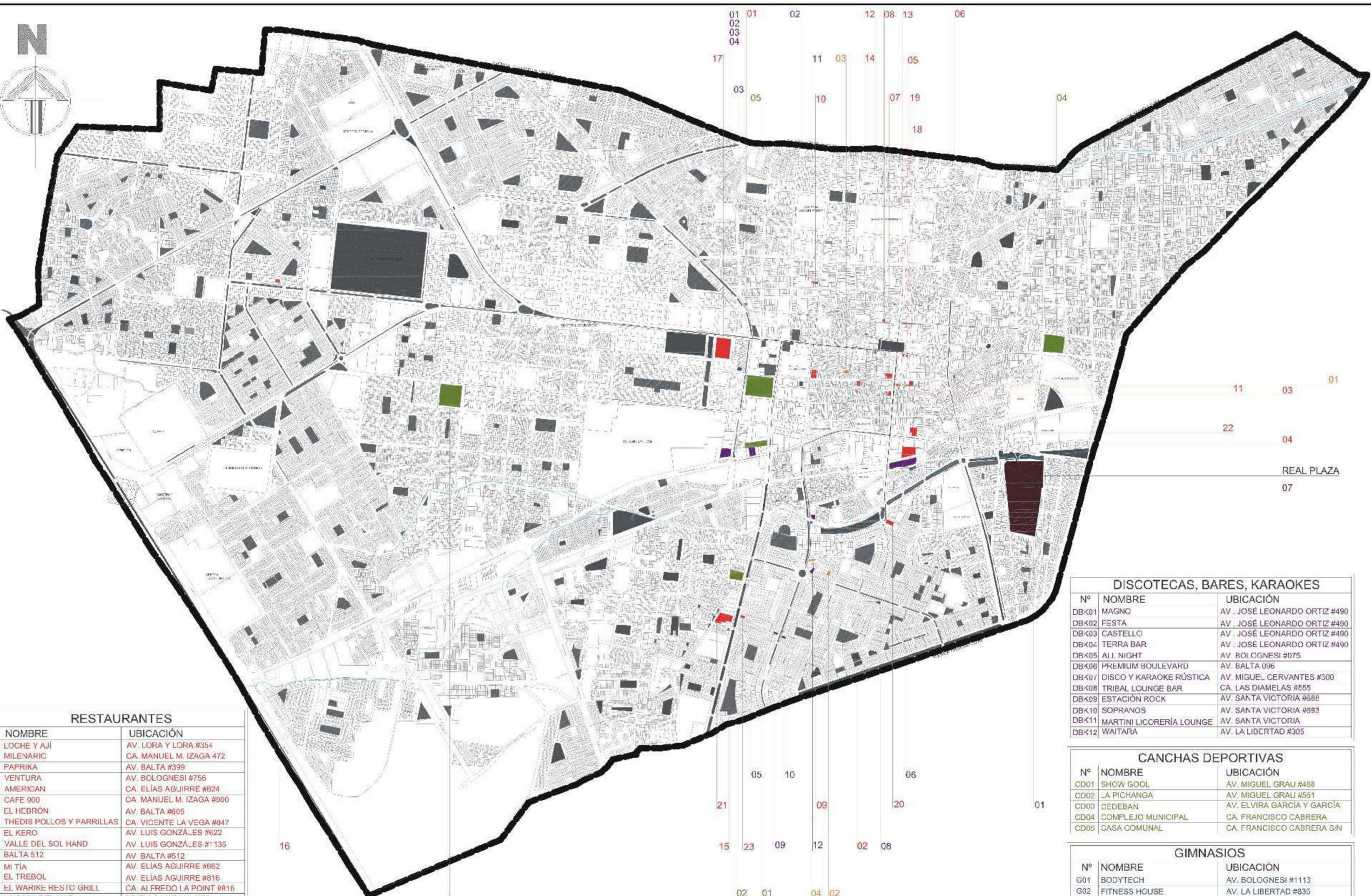
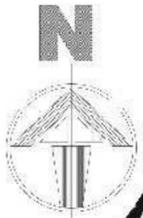
Tipo de local	N° de locales	Porcentaje (%)
Restaurantes	23	44.23
Discotecas, bares y karaokes	12	23.08
Canchas deportivas	5	9.62
Spa	4	7.69
Gimnasios	3	5.77
Locales culturales	4	7.69
C. C. Real Plaza	1	1.92
TOTAL	52	100.00

Fuente: Elaboración propia. Año 2016

GRÁFICO N° 6.1
Listado de locales de ocio en el distrito de Chiclayo.



Fuente: Elaboración propia. Año 2016



RESTAURANTES		
Nº	NOMBRE	UBICACIÓN
R01	LOCHE Y AJÍ	AV. LORA Y LORA #354
R02	MILENARIO	CA. MANUEL M. IZAGA 472
R03	PAPRIKA	AV. BALTA #399
R04	VENTURA	AV. BOLOGNESI #756
R05	AMERICAN	CA. ELÍAS AGUIRRE #824
R06	CAFE 900	CA. MANUEL M. IZAGA #900
R07	EL HEBRÓN	AV. BALTA #605
R08	THEDIS POLLOS Y PARRILLAS	CA. VICENTE LA VEGA #847
R09	EL KERO	AV. LUIS GONZÁLES #622
R10	VALLE DEL SOL HAND	AV. LUIS GONZÁLES #135
R11	BALTA 512	AV. BALTA #512
R12	MI TÍA	AV. ELÍAS AGUIRRE #662
R13	EL TREBOL	AV. ELÍAS AGUIRRE #816
R14	EL WARIKE RESTO GRILL	CA. ALFREDO LA POINT #816
R15	LA CASA DEL MAR	PSJE. LA MARINA #100
R16	FIESTA	AV. FELIPE SALAVERRY #1820
R17	REST. LA PLAZA GRILL	AV. F. VILLARREAL #115
R18	REST. LA PARRA	AV. MANUEL M. IZAGA #752
R19	CHIFA LA PARRA	AV. MANUEL M. IZAGA #746
R20	EL MIRADOR DE LAS MUSAS	CA. LOS FAIQUES #101
R21	CHIFA LUNA LLENA	AV. MIGUEL GRAU #1086
R22	CHIFA CHINA	AV. BOLOGNESI #773
R23	MARAKOS CRILL	AV. ELVIRA G. Y GARCÍA #696

DISCOTECAS, BARES, KARAOKES		
Nº	NOMBRE	UBICACIÓN
DB<01	MAGNO	AV. JOSÉ LEONARDO ORTIZ #490
DB<02	FESTA	AV. JOSÉ LEONARDO ORTIZ #490
DB<03	CASTELLO	AV. JOSÉ LEONARDO ORTIZ #490
DB<04	TERRA BAR	AV. JOSÉ LEONARDO ORTIZ #490
DB<05	ALL NIGHT	AV. BOLOGNESI #075
DB<06	PREMIUM BOULEVARD	AV. BALTA 096
DB<07	DISCO Y KARAOKE RÚSTICA	AV. MIGUEL CERVANTES #500
DB<08	TRIBAL LOUNGE BAR	CA. LAS DIAMELAS #655
DB<09	ESTACIÓN ROCK	AV. SANTA VICTORIA #388
DB<10	SOPRANOS	AV. SANTA VICTORIA #393
DB<11	MARTINI LICORERÍA LOUNGE	AV. SANTA VICTORIA
DB<12	WAITARA	AV. LA LIBERTAD #305

CANCHAS DEPORTIVAS		
Nº	NOMBRE	UBICACIÓN
CD01	SHOW GOOL	AV. MIGUEL GRAU #488
CD02	LA PICHANGA	AV. MIGUEL GRAU #561
CD03	CEDEBAN	AV. ELVIRA GARCÍA Y GARCÍA
CD04	COMPLEJO MUNICIPAL	CA. FRANCISCO CABRERA
CD05	CASA COMUNAL	CA. FRANCISCO CABRERA S/N

GIMNASIOS		
Nº	NOMBRE	UBICACIÓN
G01	BODYTECH	AV. BOLOGNESI #1113
G02	FITNESS HOUSE	AV. LA LIBERTAD #835
G03	WORLD LIGHT	CA. MANUEL M. IZAGA #083

SPA		
Nº	NOMBRE	UBICACIÓN
S01	MONTALVO	AV. BALTA #545
S02	MARY SPA	CA. LOS PINOS #250
S03	SPA SPELLO	CA. JUAN CUGLIVAN #625
S04	SALÓN Y SPA PEPE	AV. SANTA VICTORIA #485

6.1.1. Centro Comercial Real Plaza Chiclayo

Wikipedia, afirma que el centro comercial Real Plaza Chiclayo, es un mall ubicado en la ciudad de Chiclayo, perteneciente a la cadena de centros comerciales Real Plaza, propiedad de Intercorp e inaugurado en diciembre del 2005, siendo la primera construcción de este tipo en esta ciudad. Cuenta con un terreno de 61,000m² donde hace unos años operó la planta de Perulac.

Asimismo Finanza, Economía y Mercados (2013), nos dice que la idea de construir un gran centro comercial surge a partir de la importancia comercial de Chiclayo dentro de la zona norte del Perú, no solamente por el movimiento que generan sus habitantes, sino por las visitas que recibe de otras regiones de la costa, sierra y selva del país (de pobladores, turistas y comerciantes).

El centro comercial cuenta con cuatro tiendas ancla: Saga Falabella, Oeschle, Plaza Veá y Promart, además de otras tiendas menores distribuidas en galerías. Tiene un patio de comidas con locales de comida rápida (Pizza Hut, KFC, Mc Donald y otros), restaurantes (Chilis y Pardos) y locales de ocio y entretenimiento (Cine, Happyland)

Real Plaza Chiclayo, es un centro comercial que tiene como complemento de la actividad comercial, locales de ocio y entretenimiento; esto con la finalidad de brindar a los usuarios alternativas de distracción adicionales a la actividad comercial, llegando a convertirse en la principal razón por la que las personas prefieren asistir a estos centros que a una galería o una tienda comercial, ya que pueden complementar esta actividad con la de ocio. Cabe destacar que en nuestro país la mayoría de centros comerciales contienen estos locales, unos en mayor cantidad que otros. A continuación se encuentra un listado de los locales de ocio y entretenimiento de este centro comercial (Ver Cuadro 6.2), los cuales también son indicados en el plano de distribución. (Ver Figura N° 6.1)

CUADRO N° 6.2

Listado de locales de ocio en el centro comercial Real Plaza

N°	Calificación	Nombre	Aforo	N° mesas/salas
01	Restaurante	Pardos Chicken	225	50 mesas
02	Restaurante	Chilis	171	41 mesas
03	Restaurante, discoteca y karaoke	Rústica	479	28 mesas
04	Cafetería	Starbucks	60	
05	Juegos mecánicos	Happyland	165	-
06	Cine	Cineplanet	1721	9 salas
07	Gimnasio	Bodytech	310	-
08	Spa	Aramis		-

Fuente: Elaboración propia. Año 2016

Debido a la gran magnitud de este centro comercial y la gran afluencia de personas, se ve en la obligación de ofrecer servicios y equipamiento complementario que brinden comodidades, facilidades y confort a las personas que lo visitan, igualmente cuentan con medios de evacuación y sistema contraincendios que permitan una fácil evacuación en caso de siniestros. (Ver Cuadro N° 6.3)

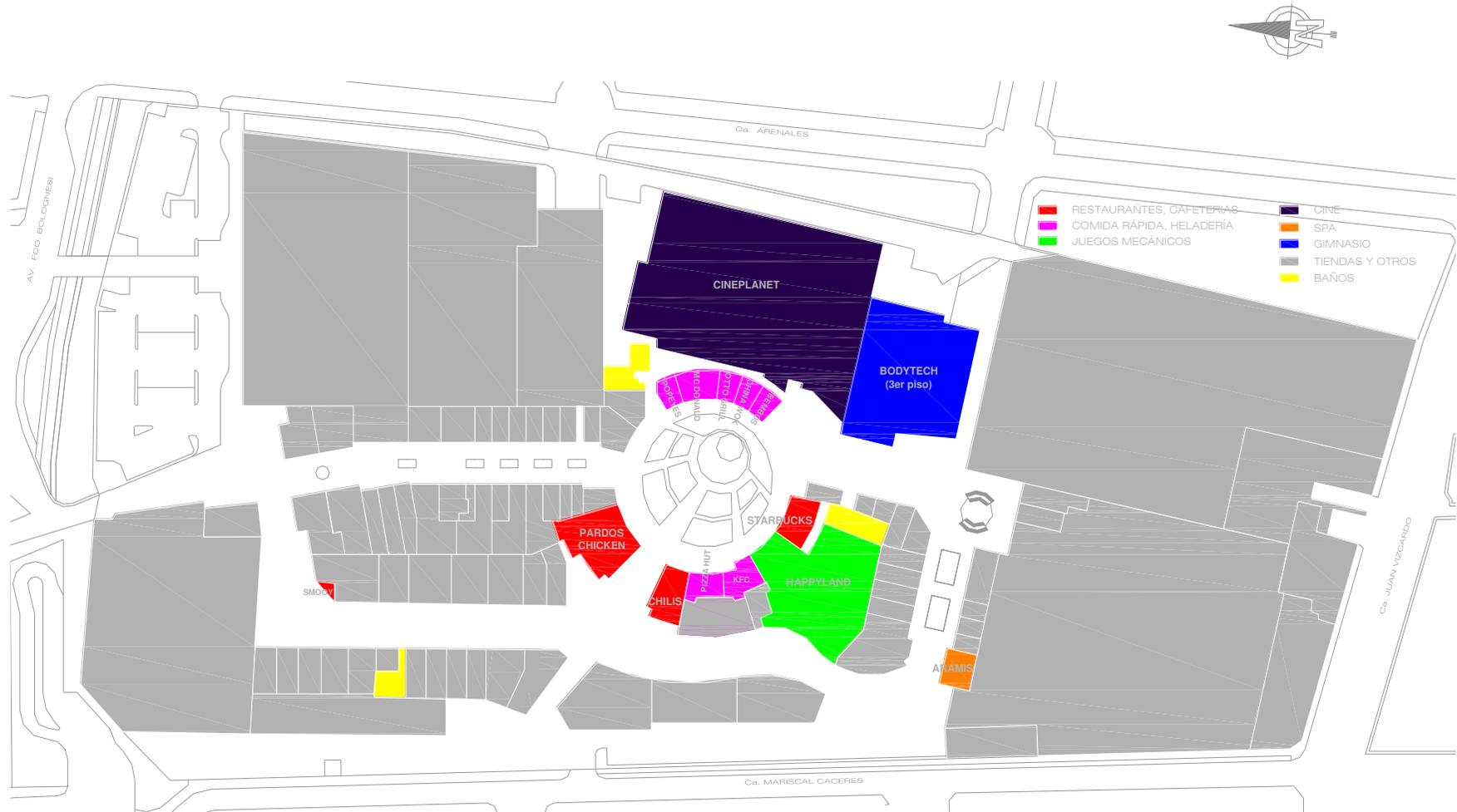
CUADRO N° 6.3

Servicios, equipamiento, sistema de seguridad del C.C. Real Plaza

Servicios complementarios		Equipamiento complementario	
Sala de lactancia	X	Escalera mecánica	X
Centro de carga de celulares	X	Rampa mecánica	X
Atención al cliente	X	Ascensor	X
Cajeros automáticos	X	Grupo electrógeno	X
Teléfonos públicos	X	Aire acondicionado	X
Estacionamiento	X	Sistema contra intrusión	X
Servicio de taxi	X		
Silla de ruedas y coches	X		
Medios de evacuación		Sistema contraincendios	
Salida de uso general	X	Iluminación de emergencia	X
Salida de emergencia	X	Señalización	X
Zona segura	X	Extintores portátiles	X
Escalera de evacuación	X	Gabinetes contraincendios	X
Escalera integrada	X	Sistema de rociadores	X
Pasaje de circulación		Alarma contraincendios	X
Planos de evacuación	X	Siamesa	

Fuente: Elaboración propia. Año 2016

FIGURA Nº 6.1
Esquema de distribución del centro comercial Real Plaza Chiclayo



Fuente: Elaboración propia. Año 2016

6.1.2. Restaurantes

La Gerencia Regional de Comercio Exterior y Turismo anualmente registra a los restaurantes, clasificándolos de acuerdo a sus características en categorías de cinco a un tenedor; para el presente estudio se toma el listado existente al 2016, y se añade a la lista restaurantes reconocidos del distrito (Ver Cuadro 6.4). El recojo de información de cada uno de estos locales, se realizó mediante una ficha. (Ver Anexo N° 02)

CUADRO N° 6.4

Listado de restaurantes clasificados del distrito de Chiclayo

CLASIF. (Tened.)	Nº	CALIF.	NOMBRE	UBICACIÓN
5	R01	Rest. T.	LOCHE Y AJÍ	Av. Lora y Lora #354
4 tenedores	R02	Rest.	MILENARIO	Ca. Manuel M. Izaga #472
	R03	Rest.	PAPRIKA	Av. Balta #399
	R04	Rest.	VENTURA	Av. Bolognesi #756
3 tenedores	R05	Rest.	AMERICAN	Ca. Elías Aguirre #824
	R06	Rest.	CAFÉ 900	Ca. Manuel M. Izaga #900
	R07	Rest. T.	EL HEBRÓN	Av. Balta #605
	R08	Rest.	THEDIS POLLOS Y PARRILLAS	Ca. Vicente de la Vega #847
	R09	Rest.	EL KERO	Av. Luis Gonzáles #622
	R10	Rest.	VALLE DEL SOL HAND	Av. Luis Gonzáles #1135
2 tenedores	R11	Rest.	Balta 512	Av. Balta #512
	R12	Rest.	MI TÍA	Ca. Elías Aguirre #662
	R13	Rest.	EL TREBOL	Ca. Elías Aguirre #816
	R14	Rest.	EL WARIKE RESTO GRILL	Ca. Alfredo La Point #831
	R15	Rest.	LA CASA DEL MAR	Ca. La Marina #100
Otros	R16	Rest.	FIESTA	Av. Felipe Salaverry #1820
	R17	Rest.	LA PLAZA BAR & Grill Casa Andina	Av. Federico Villarreal #115
	R18	Rest.	La Parra	Ca. Manuel M. Izaga #752
	R19	Chifa	La Parra	Ca. Manuel M. Izaga #746
	R20	Rest.	El mirador de las Musas	Los Faiques #101
	R21	Rest.	Chifa Luna Llena	Av. Miguel Grau #1086
	R22	Rest.	Chifa China	Av. Bolognesi #773
	R23	Rest.	Marakos Grill	Av. Elvira García y G.#696

Elaboración propia. Fuente: Gerencia Regional de Comercio Exterior y Turismo

Área de terreno promedio (m2)

El mayor porcentaje en área de terreno está entre 1 y 250 m2, con un porcentaje de 69.57% y con un mínimo porcentaje de 1001 a 1251m2, con 8.70%. (Ver Cuadro N° 6.5 y Gráfico N° 6.2).

CUADRO N° 6.5

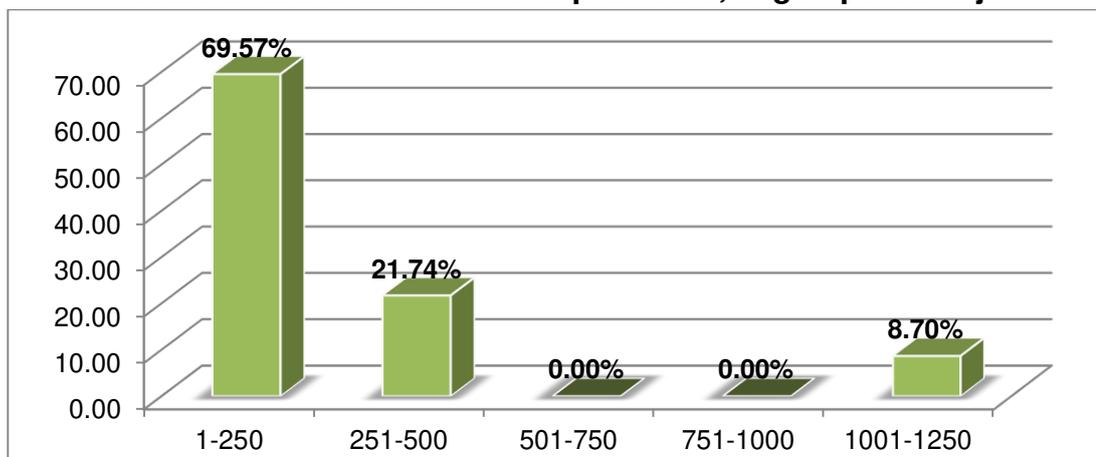
Restaurantes: área de terreno promedio, según cantidad y porcentaje

Área de terreno	Cantidad	Porcentaje (%)
1 -250m2	16	69.57
251 - 500m2	5	21.74
501- 750m2	0	0.0
751 - 1000m2	0	0.0
1001 - 1251m2	2	8.70
TOTAL	23	100

Fuente: Elaboración propia. Año 2016

GRÁFICO N° 6.2

Restaurantes: área de terreno promedio, según porcentaje



Fuente: Elaboración propia. Año 2016

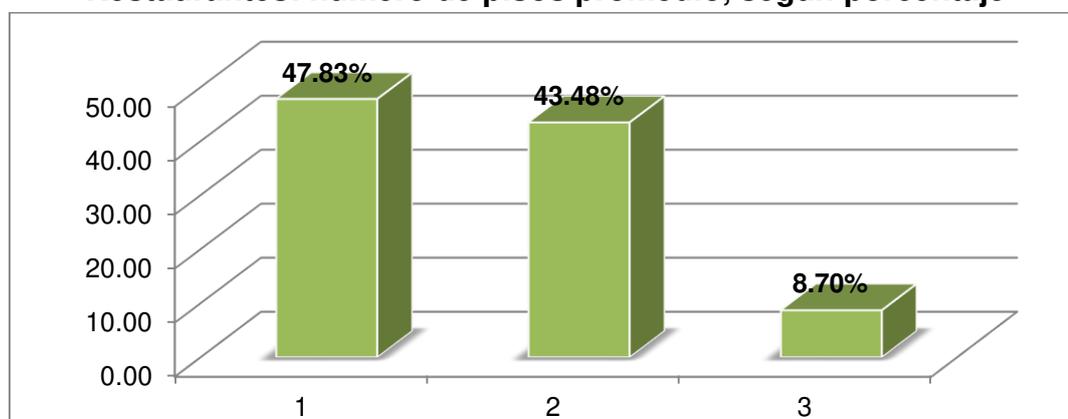
Número de pisos promedio

Los restaurantes analizados tienen entre 1 y 3 pisos, prevaleciendo los de 1 piso con un porcentaje de 47.83%, seguido inmediatamente de los de 2 piso con un porcentaje de 43.48%. (Ver Cuadro N° 6.6 y Gráfico N° 6.3).

CUADRO N° 6.6**Restaurantes: número de pisos promedio, según cantidad y porcentaje**

Número de pisos	Cantidad	Porcentaje (%)
1	11	47.83
2	10	43.48
3	2	8.70
TOTAL	23	100.00

Fuente: Elaboración propia. Año 2016

GRÁFICO N° 6.3**Restaurantes: número de pisos promedio, según porcentaje**

Fuente: Elaboración propia. Año 2016

Aforo

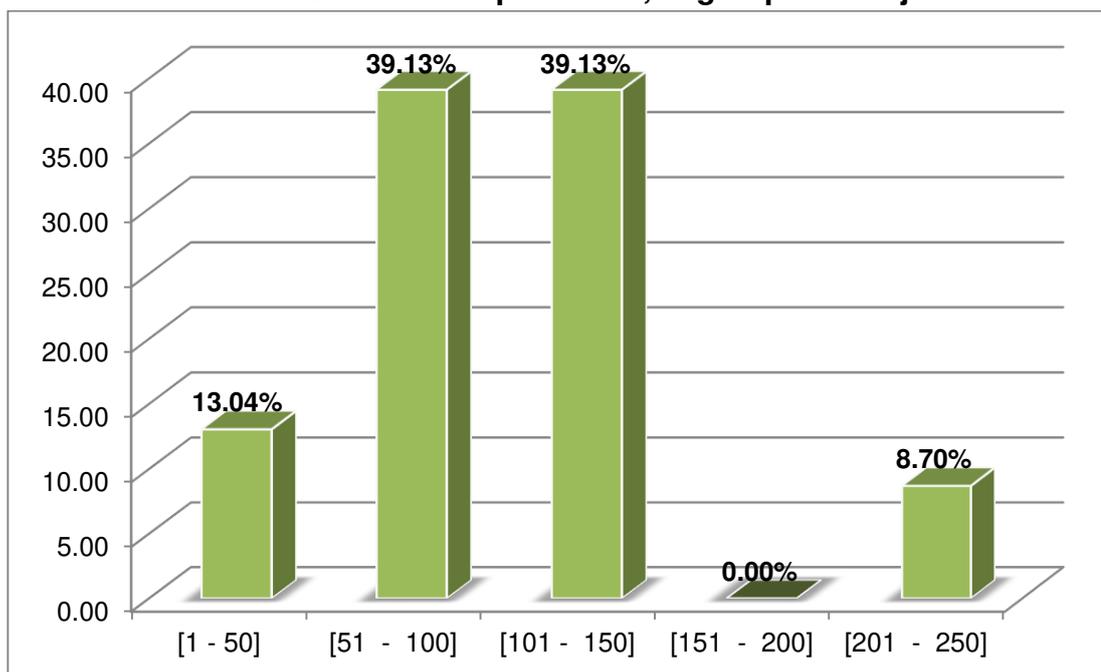
El mayor porcentaje de aforo en los restaurantes analizados es de 51 a 150 personas con un porcentaje de 78.26%, seguido de los aforos que oscilan entre 1 - 45 y 201 - 250 personas, con un porcentaje de 13.04% y 8.70% respectivamente. (Ver Cuadro N° 6.7 y Gráfico N° 6.4)

CUADRO N° 6.7**Restaurantes: aforo promedio, según cantidad y porcentaje**

Número de personas	Cantidad	Porcentaje (%)
1 - 50	3	13.04
51 - 100	9	39.13
101 - 150	9	39.13
151 - 200	0	0.00
201 - 250	2	8.70
TOTAL	23	100.0

Fuente: Elaboración propia. Año 2016

GRÁFICO N° 6.4
Restaurantes: aforo promedio, según porcentaje



Fuente: Elaboración propia. Año 2016

Distancia al centro del distrito (ml)

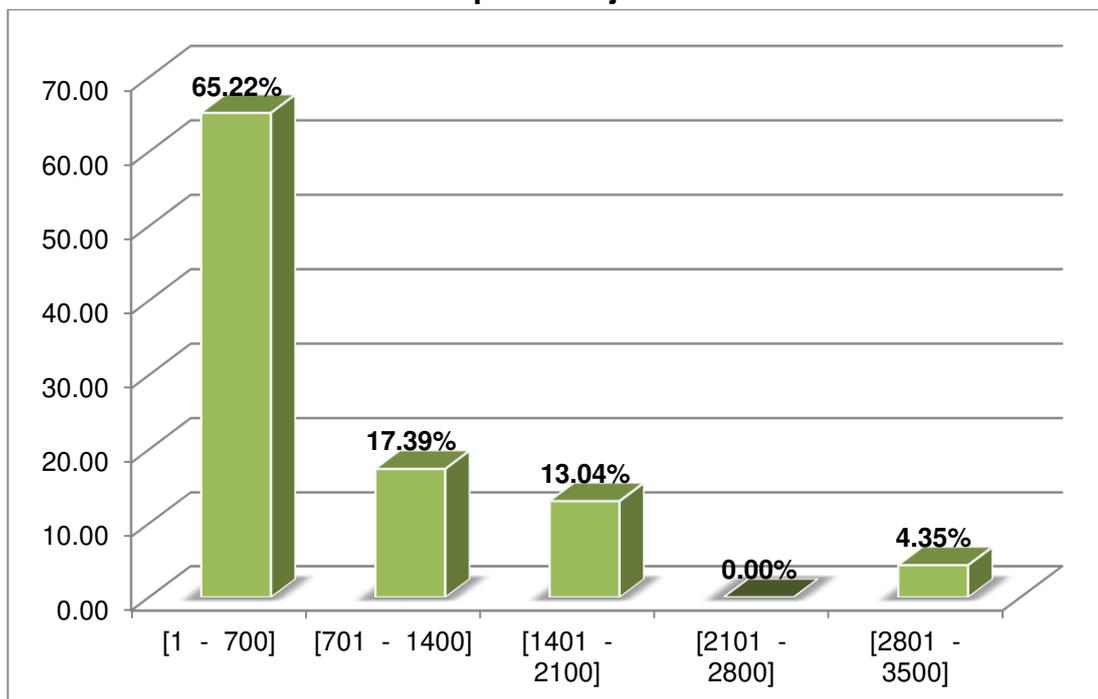
En el gráfico se observa en primer lugar que la mayoría de restaurantes estudiados están entre 1 – 700ml del centro del distrito con 65.22% y en segundo lugar de 701 – 1400ml con 17.39% (Ver Cuadro N° 6.8 y Gráfico N° 6.5)

CUADRO N° 6.8
Restaurantes: distancia al centro del distrito promedio, según cantidad y porcentaje

Distancias	Cantidad	Porcentaje (%)
1 -700ml	15	65.22
701 - 1400ml	4	17.39
1401- 2100ml	3	13.04
2101 - 2800ml	0	0.00
2801 - 3500ml	1	4.35
TOTAL	23	100.00

Fuente: Elaboración propia. Año 2016

GRÁFICO N° 6.5
Restaurantes: distancia al centro del distrito promedio, según porcentaje



Fuente: Elaboración propia. Año 2016

Restaurantes según el tipo de comida

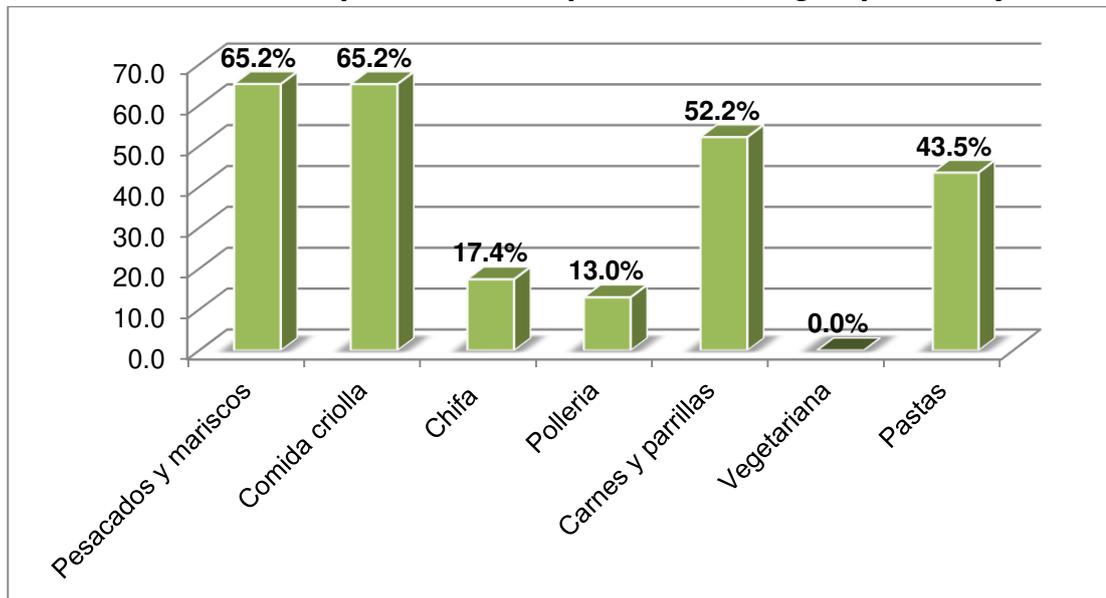
Los restaurantes analizados muestran que un 65.2% ofrece tanto pescados y mariscos como comida criolla, 52.2% carnes y parrillas y 43.5% pasta. Cada porcentaje es obtenido respecto al total de restaurantes analizados, (Ver Cuadro N° 6.9 y Gráfico N° 6.6)

CUADRO N° 6.9
Restaurantes: tipo de comida que ofrecen, según cantidad y porcentaje

Tipo de comida	Cantidad	Porcentaje (%)
Pescados y mariscos	15	65.2
Comida criolla	15	65.2
Chifa	4	17.4
Pollería	3	13.0
Carnes y parrillas	12	52.2
Vegetariana	0	0.0
Pastas	10	43.5

Fuente: Elaboración propia. Año 2016

GRÁFICO N° 6.6
Restaurantes: Tipo de comida que ofrecen, según porcentaje



Fuente: Elaboración propia. Año 2016

Servicios que ofrece

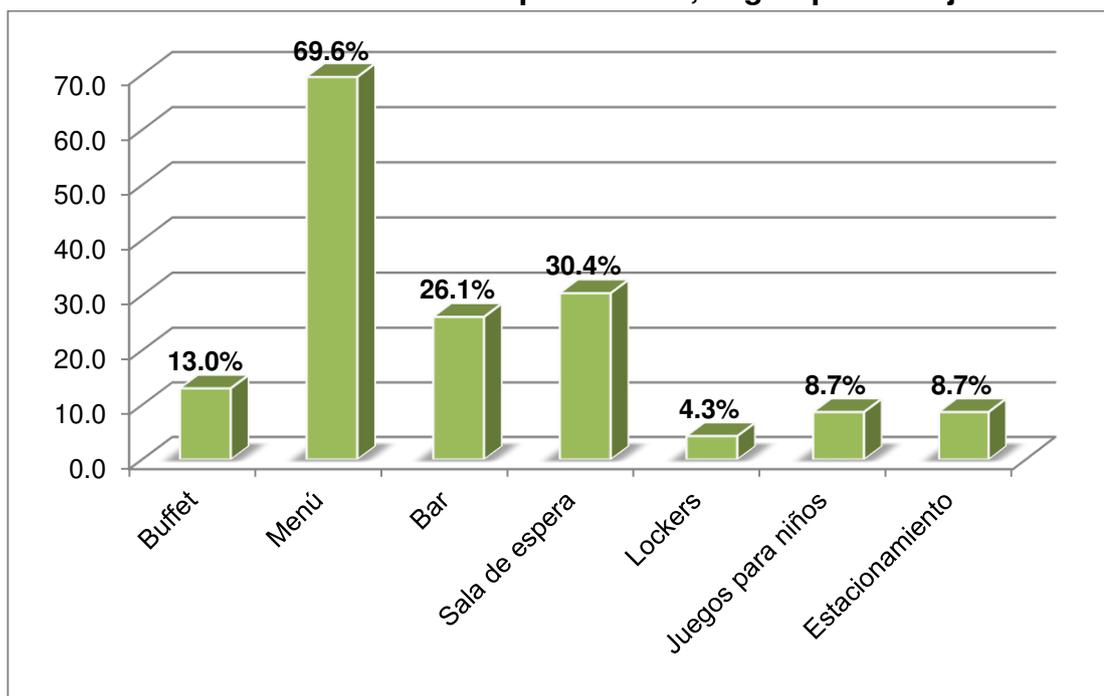
El servicio que más ofrecen los restaurantes analizados es el menú que presenta un porcentaje de 69.6%, sala de espera con 30.4% y bar con 26.1%; sin embargo, los servicios con los que menos cuentan estos locales son: buffet, juegos para niños, estacionamientos y lockers. (Ver Cuadro N° 6.10 y Gráfico N° 6.7)

CUADRO N° 6.10
Restaurantes: servicios que ofrecen, según cantidad y porcentaje

Servicios	Cantidad	Porcentaje (%)
Buffet	3	13.0
Menú	16	69.6
Bar	6	26.1
Sala de espera	7	30.4
Lockers	1	4.3
Juegos para niños	2	8.7
Estacionamiento	2	8.7

Fuente: Elaboración propia. Año 2016

GRÁFICO N° 6.7
Restaurantes: servicios que ofrecen, según porcentaje



Fuente: Elaboración propia. Año 2016

Tipos de carta²²

El tipo de carta de los restaurantes analizados que prevalece es variada con un porcentaje de 69.57% y solo el 30.43% tiene carta variada y carta de tragos. (Ver Cuadro N° 6.11 y Gráfico N° 6.8)

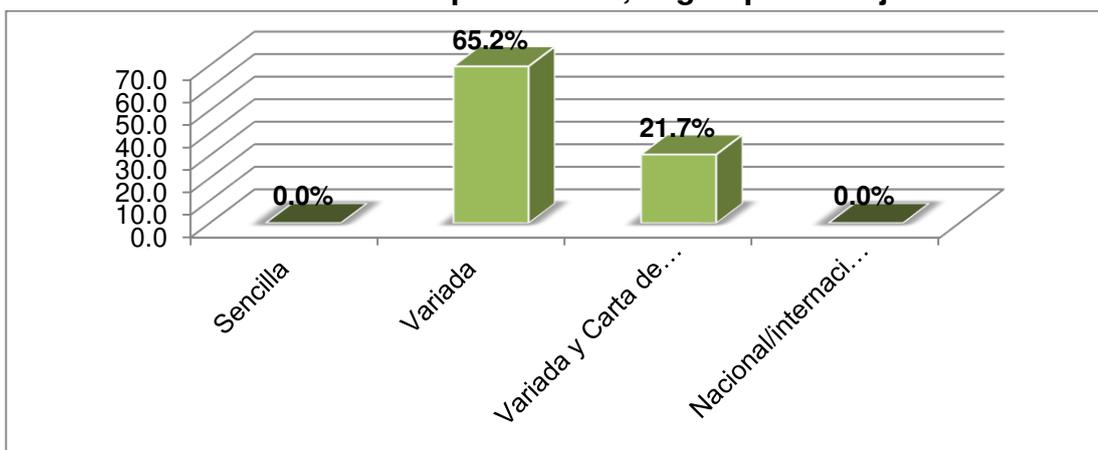
CUADRO N° 6.11
Restaurantes: tipo de carta, según cantidad y porcentaje

Tipo de carta	Cantidad	Porcentaje (%)
Sencilla	0	0.0
Variada	16	69.57
Variada y Carta de tragos	7	30.43
Nacional/internacional/c. tragos	0	0.0
TOTAL	23	100.00

Fuente: Elaboración propia. Año 2016

²² Carta sencilla: carta variada: variedad de platos (entradas, platos a la carta, postres); carta variada y carta de tragos: una carta de platos y otra de tragos; carta nacional/internacional/carta de tragos: comida tanto nacional como internacional.

GRÁFICO N° 6.8
Restaurantes: tipo de carta, según porcentaje



Fuente: Elaboración propia. Año 2016

Número de mesas

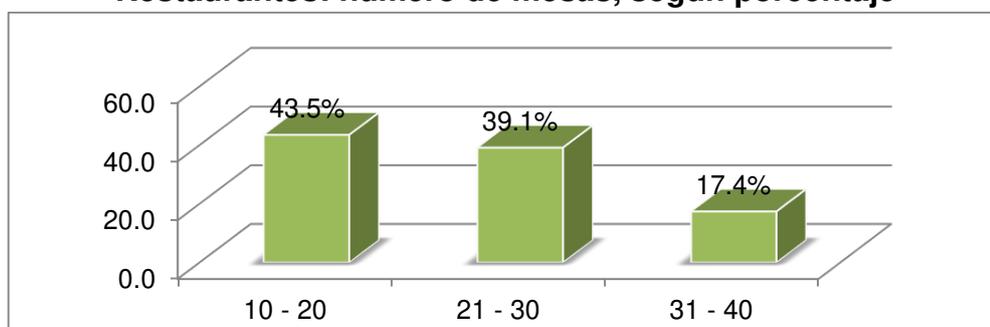
El análisis arroja dos resultados iguales que son de 10 a 20 mesas y de 21 a 30 mesas, ambos con 39.1%, y con un menor porcentaje de 31 a 40 mesas que sólo tiene 17.4%. (Ver Cuadro N° 6.12 y Gráfico N° 6.9)

CUADRO N° 6.12
Restaurantes: número de mesas, según cantidad y porcentaje

Número de mesas	Cantidad	Porcentaje (%)
10 - 20	10	43.5
21 - 30	9	39.1
31 - 40	4	17.4
TOTAL	23	100.00

Fuente: Elaboración propia. Año 2016

GRÁFICO N° 6.9
Restaurantes: número de mesas, según porcentaje



Fuente: Elaboración propia. Año 2016

Tipos de ingreso²³

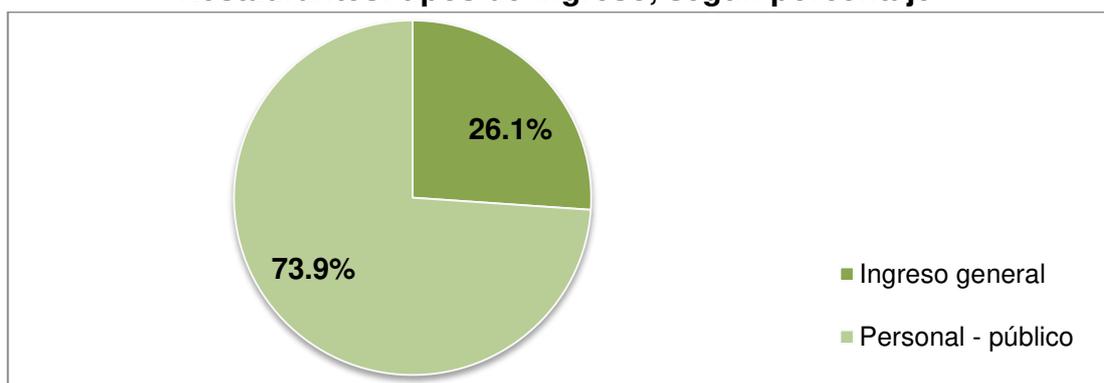
El tipo de ingreso de los restaurantes analizados que tiene mayor porcentaje es la opción b, con un porcentaje de 73.9% y solo el 26.1% tiene ingreso general. (Ver Cuadro N° 6.13 y Gráfico N° 6.10)

CUADRO N° 6.13
Restaurantes: tipos de ingreso, según cantidad y porcentaje

Tipo de ingreso	Cantidad	Porcentaje (%)
Ingreso general	6	26.1
Personal - público	17	73.9
TOTAL	23	100.00

Fuente: Elaboración propia. Año 2016

GRÁFICO N° 6.10
Restaurantes: tipos de ingreso, según porcentaje



Fuente: Elaboración propia. Año 2016

Servicios higiénicos²⁴

El análisis arroja que la mayoría de restaurantes tienen baños para varones y mujeres (personal - público), obteniendo 100%, y sólo 8.70% cuenta con baño para discapacitados, ya que la mayoría de los

²³ **Ingreso general:** un ingreso tanto para personal como para público; ingreso personal - público: ingresos diferenciados para ambos.

²⁴ **Servicios Higiénicos:** mixto (público y personal), de uso tanto del personal como del público; Varones y mujeres (público - personal), son diferenciados tanto para varones como mujeres, y hay servicios tanto para el personal como para el público; discapacitados, baño individual.

anteriores cuentan con las medidas necesarias para que un discapacitado pueda hacer uso de éste. (Ver Cuadro N° 6.14 y Gráfico N° 6.11)

CUADRO N° 6.14

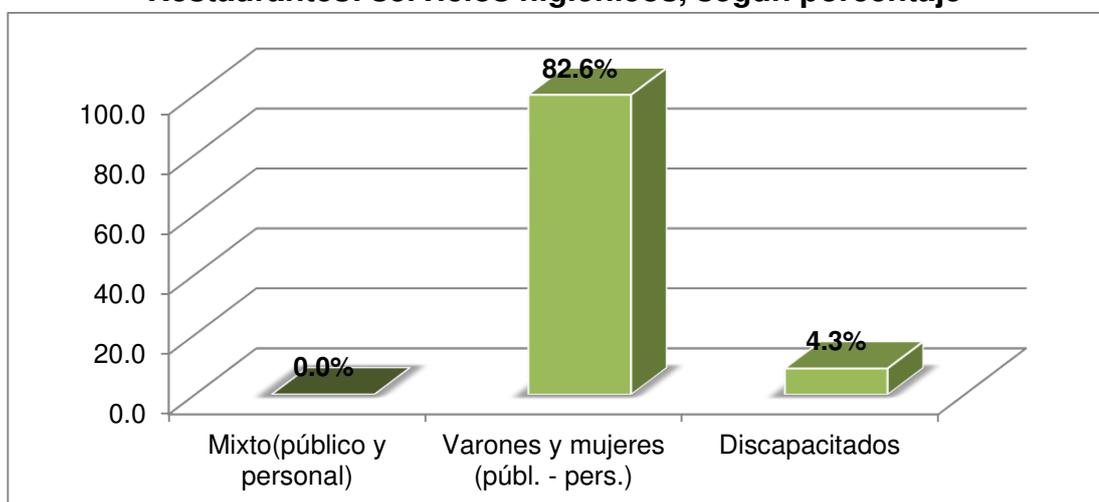
Restaurantes: servicios higiénicos, según cantidad y porcentaje

Servicios higiénicos	Cantidad	Porcentaje (%)
Mixto (público y personal)	0	0.0
Varones y mujeres (público y personal)	23	100.00
Discapacitados	2	8.70

Fuente: Elaboración propia. Año 2016

GRÁFICO N° 6.11

Restaurantes: servicios higiénicos, según porcentaje



Fuente: Elaboración propia. Año 2016

Decoración y ambientación: iluminación

Los edificios analizados muestran que el 100% de estos hacen uso tanto de la iluminación natural como artificial. (Ver Cuadro N° 6.15 y Gráfico N° 6.12)

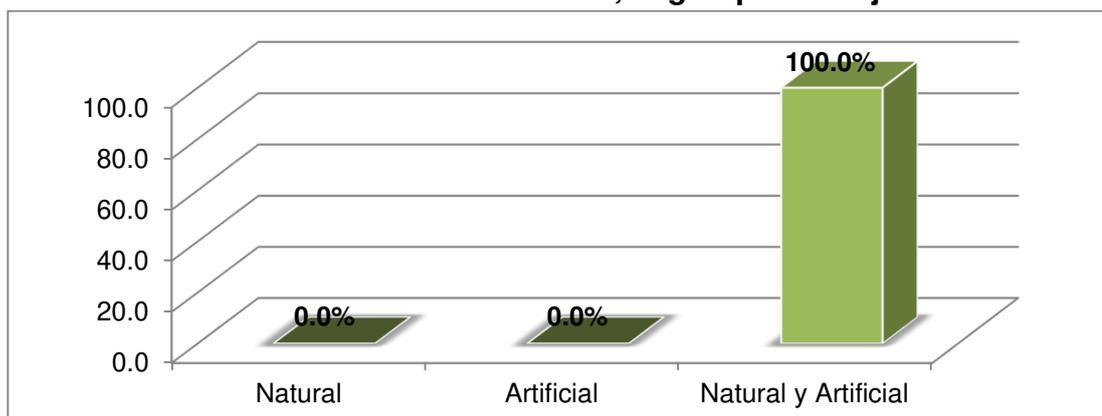
CUADRO N° 6.15

Restaurantes: iluminación, según cantidad y porcentaje

Tipo de iluminación	Cantidad	Porcentaje (%)
Natural	0	0.0
Artificial	0	0.0
Natural y artificial	23	100.0
TOTAL	23	100.0

Fuente: Elaboración propia. Año 2016

GRÁFICO N° 6.12
Restaurantes: iluminación, según porcentaje



Fuente: Elaboración propia. Año 2016

Decoración y ambientación: ventilación

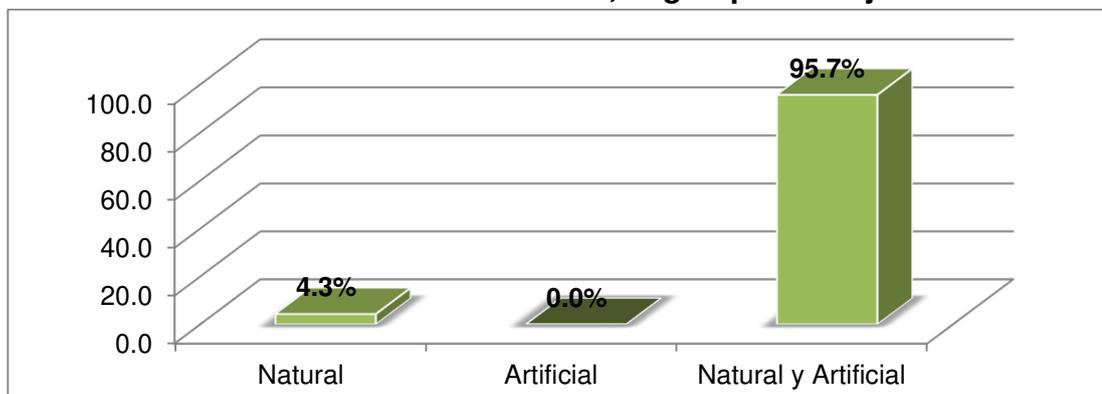
El análisis determina que la mayoría de estos edificios hacen uso de una ventilación tanto natural como artificial, obteniendo el 95.7%. (Ver Cuadro N° 6.16 y Gráfico N° 6.13)

CUADRO N° 6.16
Restaurantes: ventilación, según cantidad y porcentaje

Tipo de ventilación	Cantidad	Porcentaje (%)
Natural	1	4.3
Artificial	0	0.0
Natural y artificial	22	95.7
TOTAL	23	100.0

Fuente: Elaboración propia. Año 2016

GRÁFICO N° 6.13
Restaurantes: ventilación, según porcentaje



Fuente: Elaboración propia. Año 2016

Equipamiento

Los equipamientos que prevalecen en los restaurantes analizados son: 15 de 23 que corresponde al 65.2%, cuentan con escalera integrada, el 52.2% con aire acondicionado, y finalmente, tienen ascensor y grupo electrógeno el 17.4% y 26.1% respectivamente los que se encuentran en hoteles. (Ver Cuadro N° 6.17 y Gráfico N° 6.14)

CUADRO N° 6.17

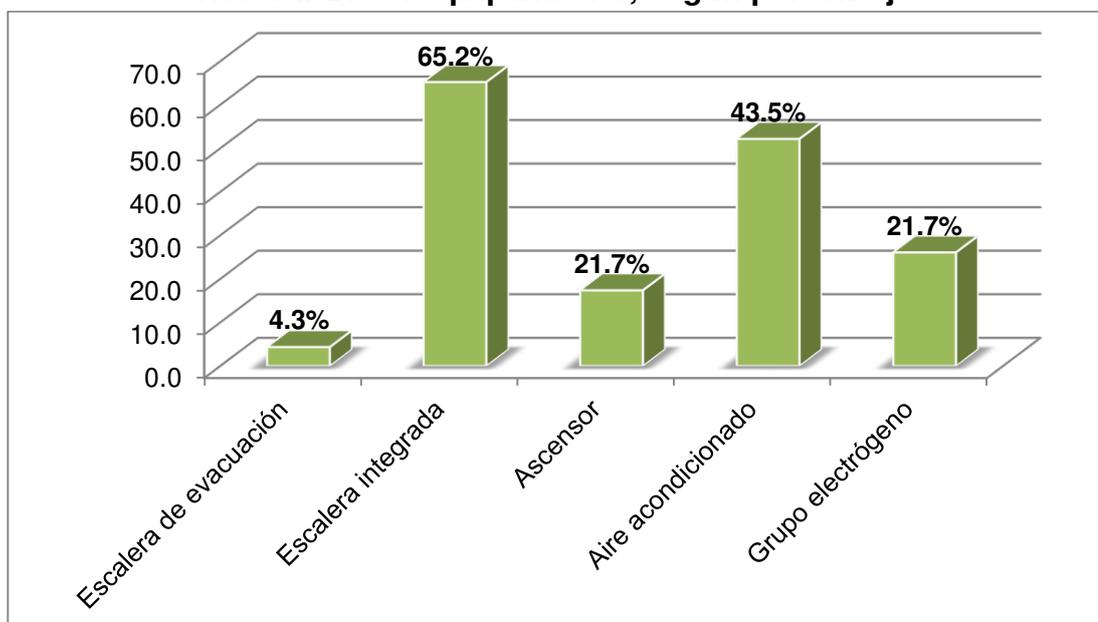
Restaurantes: equipamiento, según cantidad y porcentaje

Equipamiento	Cantidad	Porcentaje (%)
Escalera de evacuación	1	4.3
Escalera integrada	15	65.2
Ascensor	4	17.4
Aire acondicionado	12	52.2
Grupo electrógeno	6	26.1

Fuente: Elaboración propia. Año 2016

GRÁFICO N° 6.14

Restaurantes: equipamiento, según porcentaje



Fuente: Elaboración propia. Año 2016

Sistemas de seguridad

El sistema de seguridad más usado es contra intrusos, prevaleciendo el uso de cámaras de seguridad, con un porcentaje de 87.0%, seguido del sistema contra incendios, con sensores de humo, de temperatura y alarma contra incendios, con 26.1%, y salida de emergencia con 21.7% del total. (Ver Cuadro N° 6.18 y Gráfico N° 6.15)

CUADRO N° 6.18

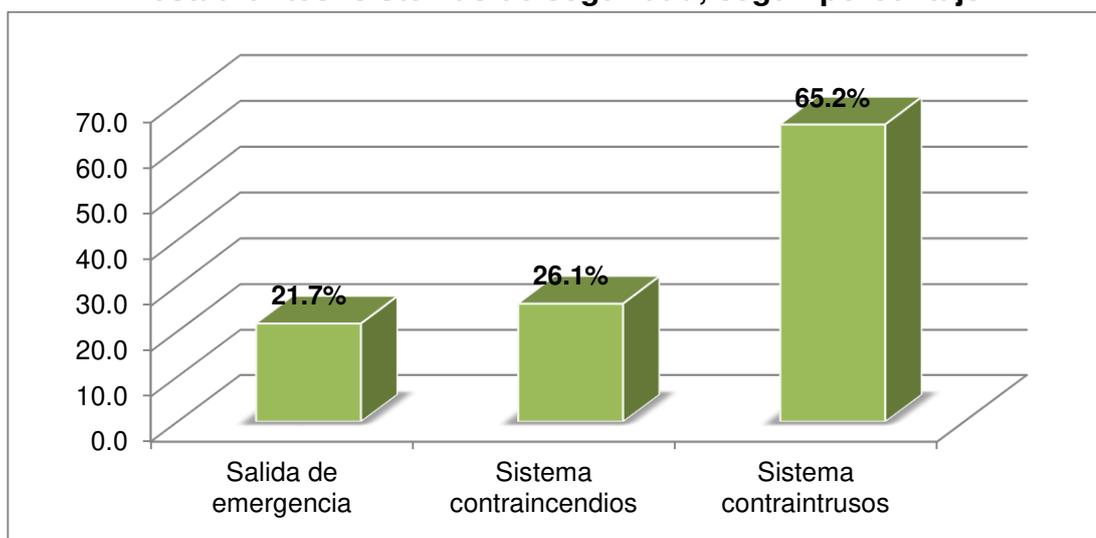
Restaurantes: sistemas de seguridad, según cantidad y porcentaje

Sistemas de seguridad	Cantidad	Porcentaje (%)
Salida de emergencia	5	21.7
Sistema contra incendios	6	26.1
Sistema contra intrusos	20	87.0

Fuente: Elaboración propia. Año 2016

GRÁFICO N° 6.15

Restaurantes: sistemas de seguridad, según porcentaje



Fuente: Elaboración propia. Año 2016

6.1.3 Discotecas, bares y karaokes

En Chiclayo también se disfruta de largas noches de diversión, ya que éste es uno de los distritos que se le conoce por la variedad de diversión disco que ofrece, sobre todo los fines de semana existe un gran movimiento en las discotecas de moda, donde el entretenimiento se vive de distinta manera.

Los locales de discotecas, bares y karaokes se encuentran principalmente ubicados en la Av. Bolognesi, Av. José Leonardo Ortiz y Av. Santa Victoria. En Chiclayo, sólo existe un centro que alberga varios locales de diversión nocturna, el cual está ubicado en la Av. José Leonardo Ortiz #490, conteniendo los siguientes locales: Magno, Festa, Castello, Terra Bar y 40 y 20 (restaurante y bar); los cuatro primeros están dentro de la lista a analizar, además de otros ubicados en Santa Victoria (Ver Cuadro N° 6.19). El recojo de información de cada uno de las discotecas, bares y karaokes, se realizó mediante una ficha de recojo de información. (Ver Anexo N° 03)

CUADRO N° 6.19

Listado de discotecas, bares y karaokes del distrito de Chiclayo

Nº	Calif.	Nombre	Ubicación
DBK01	Discoteca	Magno	Av. José Leonardo Ortiz #490
DBK02	Discoteca	Festa	Av. José Leonardo Ortiz #490
DBK03	Pub	Castello	Av. José Leonardo Ortiz #490
DBK04	Bar	Terra	Av. José Leonardo Ortiz #490
DBK05	Discoteca	All Night	Av. Bolognesi #075
DBK06	Discoteca	Premium Boulevard	Av. Balta #096
DBK07	Disco/Karaoke	Rustica	Av. Bolognesi #1113
DBK08	Pub	Tribal Lounge Bar	Ca. Las Diamelas #555
DBK09	Bar	Estación Rock	Av. Santa Victoria #688
DBK10	Karaoke	Sopranos	Av. Santa Victoria #693
DBK11	Bar	Martini Licorería Lounge	Av. Santa Victoria cdra. 2, esq. con Av. Garcilaso de la Vega
DBK12	Karaoke	Waitara	Av. La Libertad #305

Fuente: Elaboración propia. Año 2016

Área de terreno promedio (m2)

El mayor porcentaje de área de terreno promedio de discotecas es de 1 a 900m2, con un porcentaje de 75.00%, en segundo lugar y con menor porcentaje, de 901 a 1800m2 con 16.67%. (Ver Cuadro N° 6.20 y gráfico N° 6.16)

CUADRO N° 6.20

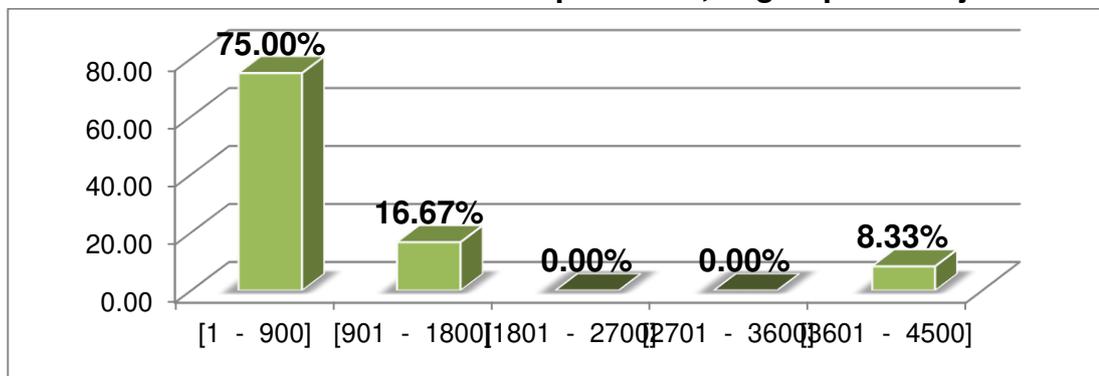
Discotecas: área de terreno promedio, según cantidad y porcentaje

Área de terreno	Cantidad	Porcentaje (%)
1 - 900	9	75.00
901 - 1800	2	16.67
1801 - 2700	0	0.00
2701 - 3600	0	0.00
3601 - 4500	1	8.33
TOTAL	12	100.00

Fuente: Elaboración propia. Año 2016

GRÁFICO N° 6.16

Discotecas: área de terreno promedio, según porcentaje



Fuente: Elaboración propia. Año 2016

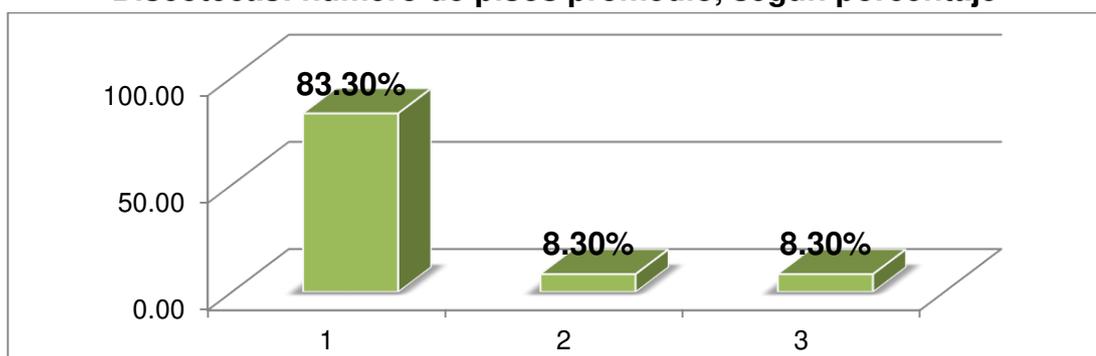
Número de pisos promedio

Las discotecas o bares, tienen de 1 a 3 pisos, donde normalmente el 2do y 3ro son mezanines. En primer lugar, de 1 piso con un porcentaje de 83.30% y en segundo lugar, de 2 y 3 pisos, ambos con un porcentaje de 8.3%. (Ver Cuadro N° 6.21 y Gráfico N° 6.17)

CUADRO N° 6.21**Discotecas: número de pisos promedio, según cantidad y porcentaje**

Actividades	Cantidad	Porcentaje (%)
1	10	83.3
2	1	8.3
3	1	8.3
TOTAL	12	100.00

Fuente: Elaboración propia. Año 2016

GRÁFICO N° 6.17**Discotecas: número de pisos promedio, según porcentaje**

Fuente: Elaboración propia. Año 2016

Aforo

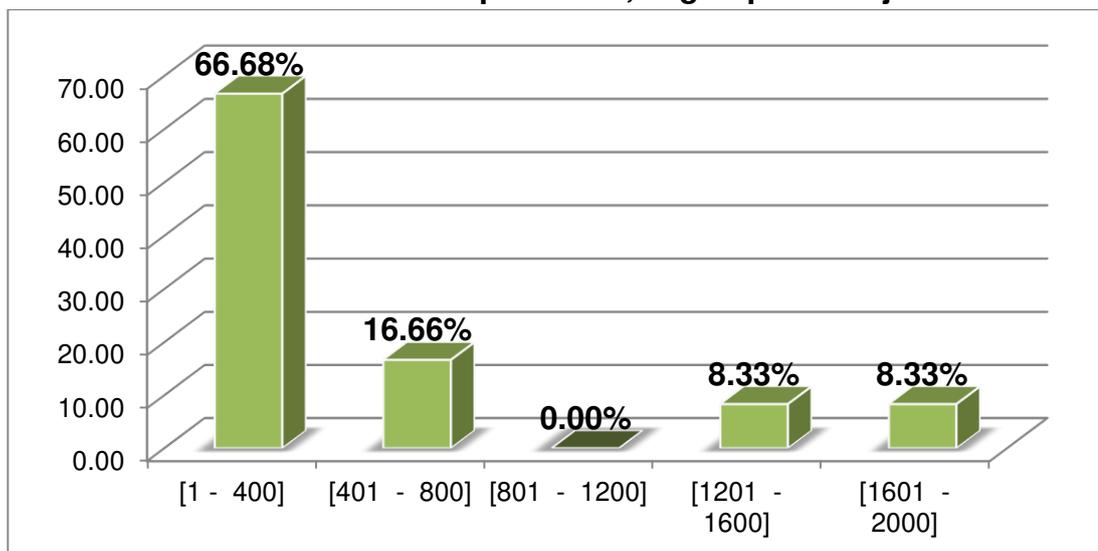
El mayor porcentaje en cuanto al aforo de los locales analizados se encuentra entre 1 y 400 personas con un porcentaje de 66.68%, y con menor porcentaje de 401 a 800. (Ver Cuadro N° 6.22 y Gráfico N° 6.18)

CUADRO N° 6.22**Discotecas: aforo promedio, según cantidad y porcentaje**

Actividades	Cantidad	Porcentaje (%)
1 – 400	8	66.68
401 – 800	2	16.66
801 – 1200	0	0.00
1201 - 1600	1	8.33
1601 - 2000	1	8.33
TOTAL	12	100.00

Fuente: Elaboración propia. Año 2016

GRÁFICO N° 6.18
Discotecas: aforo promedio, según porcentaje



Fuente: Elaboración propia. Año 2016

Distancia al centro del distrito (ml)

En el gráfico se observa que el mayor porcentaje en cuanto a distancias de los locales al centro del distrito está entre los 1201 – 1600 ml, siendo este porcentaje de 58.33%, luego los ubicados entre 801-1200ml y 1601 - 2000ml con el 16.67%, y finalmente el 8.33 % es para los edificios ubicados entre 401 - 800ml. (Ver Cuadro N° 6.23 y Gráfico N°6.19)

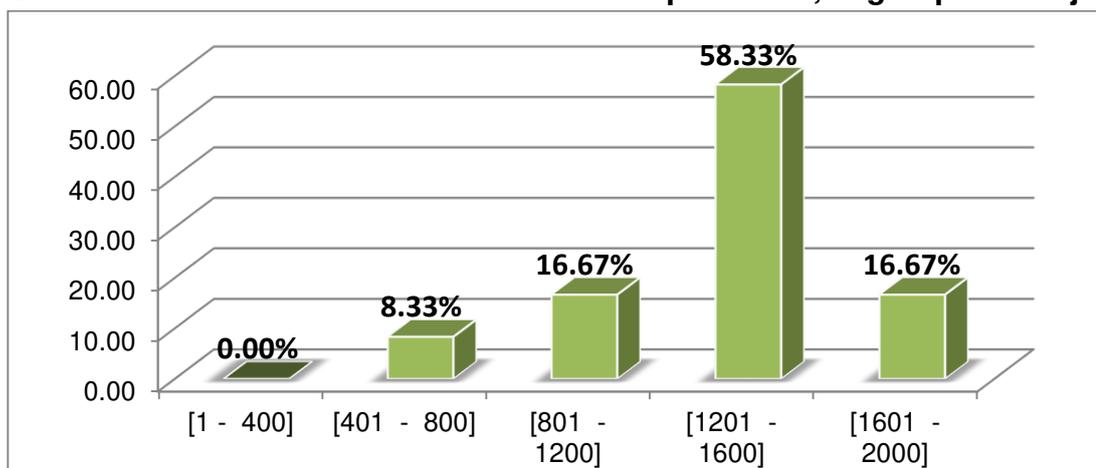
CUADRO N° 6.23
Discotecas: distancia al centro del distrito promedio, según cantidad y porcentaje

Actividades	Cantidad	Porcentaje (%)
1 – 400	0	0.00
401 – 800	1	8.33
801 – 1200	2	16.67
1201 - 1600	7	58.33
1601 - 2000	2	16.67
TOTAL	12	100.00

Fuente: Elaboración propia. Año 2016

GRÁFICO N° 6.19

Discotecas: distancia al centro del distrito promedio, según porcentaje



Fuente: Elaboración propia. Año 2016

Tipos de ingreso

El tipo de ingreso de las discotecas analizadas que tiene mayor porcentaje es el ingreso personal-público, con 58.33% y el 41.67% tiene ingreso general. (Ver Cuadro N° 6.24 y Gráfico N° 6.20)

CUADRO N° 6.24

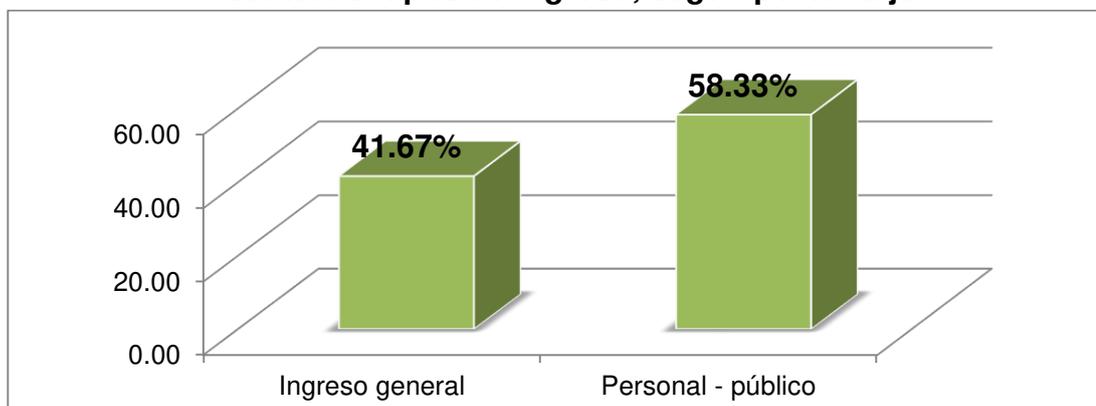
Discotecas: tipos de ingreso, según cantidad y porcentaje

Tipo de ingreso	Cantidad	Porcentaje (%)
Ingreso general	5	41.67
Personal - público	7	58.33
TOTAL	23	100.00

Fuente: Elaboración propia. Año 2016

GRÁFICO N° 6.20

Discotecas: tipos de ingreso, según porcentaje



Fuente: Elaboración propia. Año 2016

Ambientes

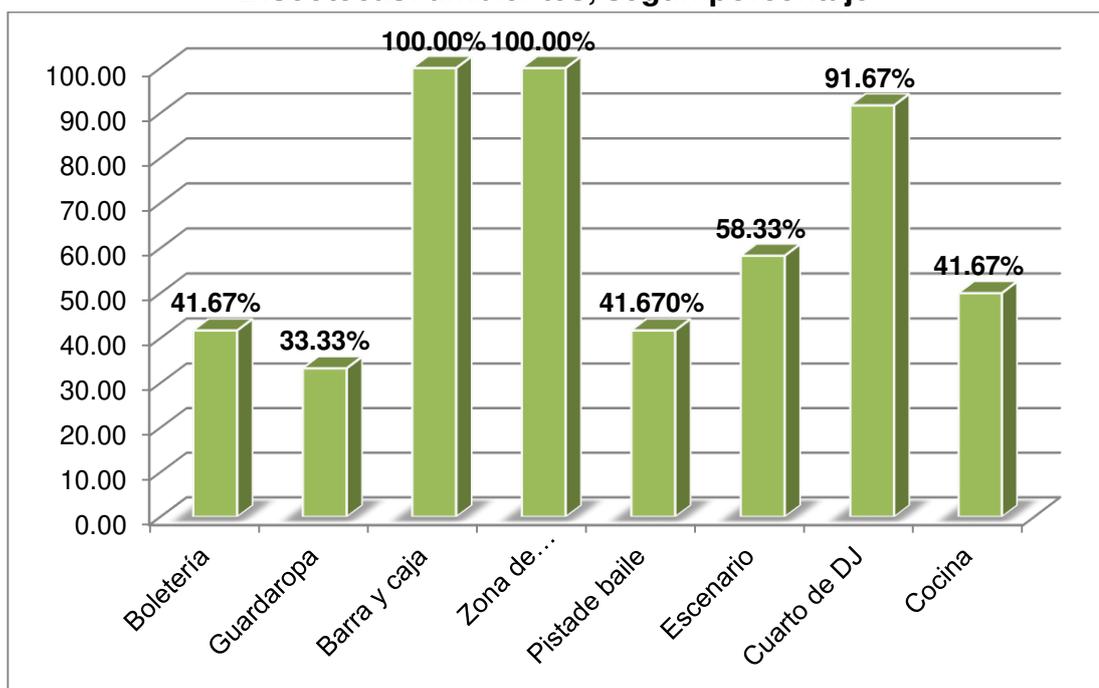
Los ambientes que tienen mayor porcentaje en los locales analizados son barra - caja y zona de mesas con 100.0%, inmediatamente seguido de cuarto de Dj con 91.7%; sin embargo, los ambientes con menos porcentaje son: escenario, pista de baile, cocina, boletería y guardarropa. Cada porcentaje es obtenido respecto al total de locales analizados. (Ver Cuadro N° 6.25 y Gráfico N° 6.21)

CUADRO N° 6.25
Discotecas: ambientes, según cantidad y porcentaje

Servicios	Cantidad	Porcentaje (%)
Boletería	5	41.70
Guardarropa	4	33.33
Barra y caja	12	100.00
Zona de mesas	12	100.00
Pista de baile	5	41.67
Escenario	7	58.33
Cuarto de DJ	11	91.67
Cocina	5	41.67

Fuente: Elaboración propia. Año 2016

GRÁFICO N° 6.21
Discotecas: ambientes, según porcentaje



Fuente: Elaboración propia. Año 2016

Zonas

El tipo de zona en las discotecas que prevalece es tanto la general como general - vip, ambas con un porcentaje de 50.0% (Ver Cuadro N° 6.26 y gráfico N° 6.22)

CUADRO N° 6.26

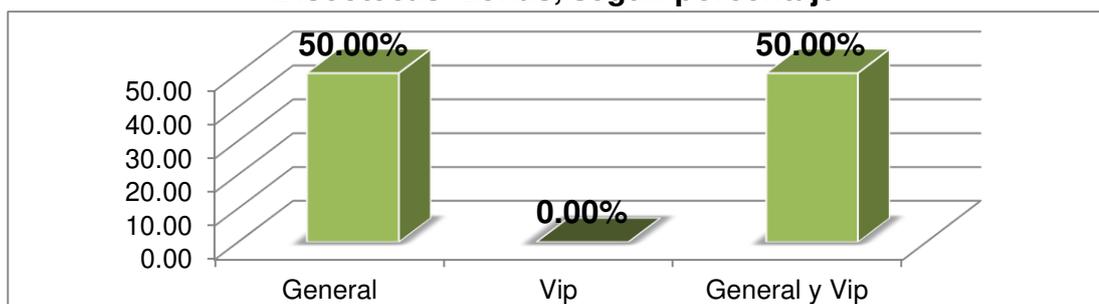
Discotecas: zonas, según cantidad y porcentaje

Tipo de carta	Cantidad	Porcentaje (%)
General	6	50.00
Vip	0	0.00
General - vip	6	50.00
TOTAL	23	100.00

Fuente: Elaboración propia. Año 2016

GRÁFICO N° 6.22

Discotecas: zonas, según porcentaje



Fuente: Elaboración propia. Año 2016

Tipos de carta

La opción que prevalece es la de carta de tragos y carta de piqueos con un porcentaje de 58.33% y el 41.67% tiene sólo carta de tragos. (Ver Cuadro N° 6.27 y Gráfico N° 6.23)

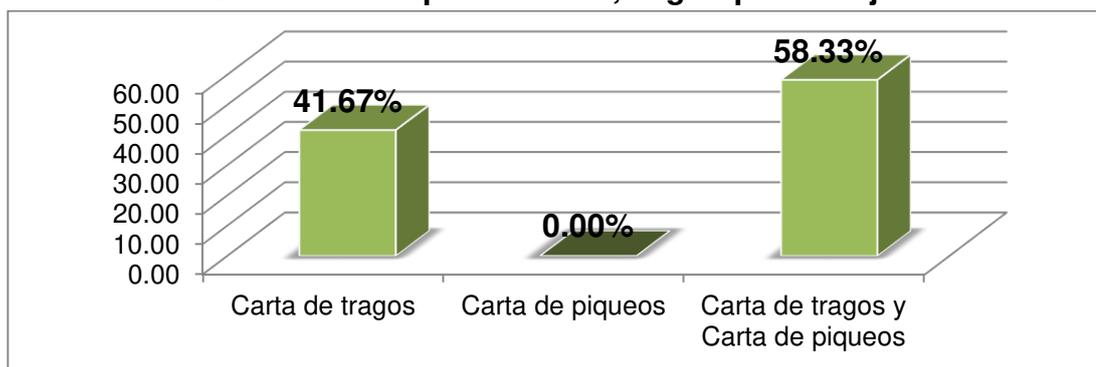
CUADRO N° 6.27

Discotecas: tipos de carta, según cantidad y porcentaje

Tipo de carta	Cantidad	Porcentaje (%)
Carta de tragos	5	41.67
Carta de piqueos	0	0.00
Carta de tragos y carta de piqueos	7	58.33
TOTAL	12	100.00

Fuente: Elaboración propia. Año 2016

GRÁFICO N° 6.23
Discotecas: tipos de carta, según porcentaje



Fuente: Elaboración propia. Año 2016

Otros servicios que ofrece

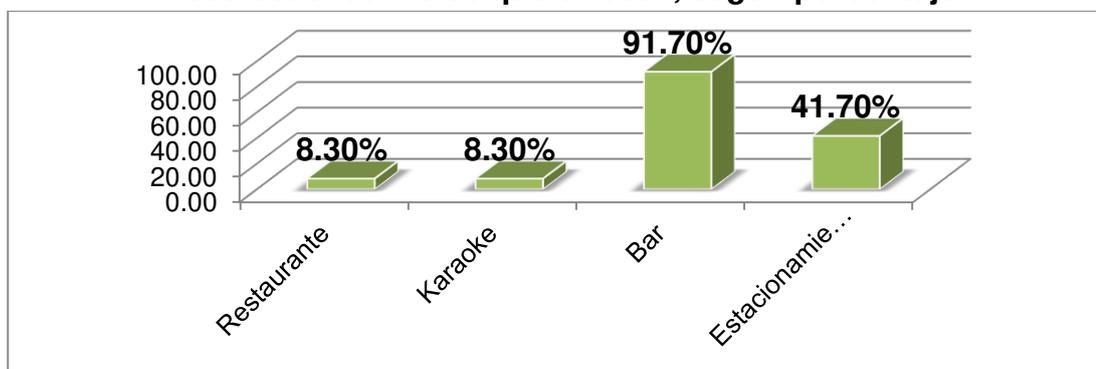
El servicio que más ofrecen los locales analizados es el bar con un porcentaje de 91.7%, estacionamiento con 41.7% y finalmente, karaoke y restaurante con 8.3%. Cada porcentaje es obtenido respecto al total de discotecas analizadas. (Ver Cuadro N° 6.28 y Gráfico N° 6.24)

CUADRO N° 6.28
Discotecas: servicios que ofrecen, según cantidad y porcentaje

Servicios	Cantidad	Porcentaje (%)
Restaurante	1	8.3
Karaoke	1	8.3
Bar	11	91.7
Estacionamiento	5	41.7

Fuente: Elaboración propia. Año 2016

GRÁFICO N° 6.24
Discotecas: servicios que ofrecen, según porcentaje



Fuente: Elaboración propia. Año 2016

Servicios higiénicos

El análisis arroja que todos los locales analizados tienen baños para varones y mujeres (personal - público), que vendría a ser el 100.0%. (Ver Cuadro N° 6.29 y Gráfico N° 6.25)

CUADRO N° 6.29

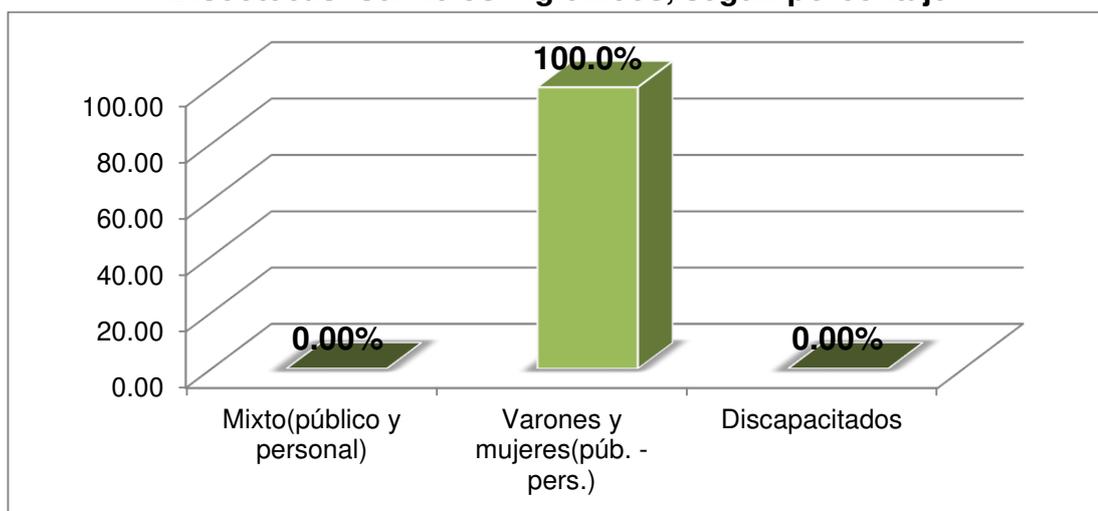
Discotecas: servicios higiénicos, según cantidad y porcentaje

Tipo de ingreso	Cantidad	Porcentaje (%)
Mixto (público y personal)	0	0.0
Varones y mujeres (público y personal)	12	100.0
Discapacitados	0	0.0
TOTAL	12	100.0

Fuente: Elaboración propia. Año 2016

GRÁFICO N° 6.25

Discotecas: servicios higiénicos, según porcentaje



Fuente: Elaboración propia. Año 2016

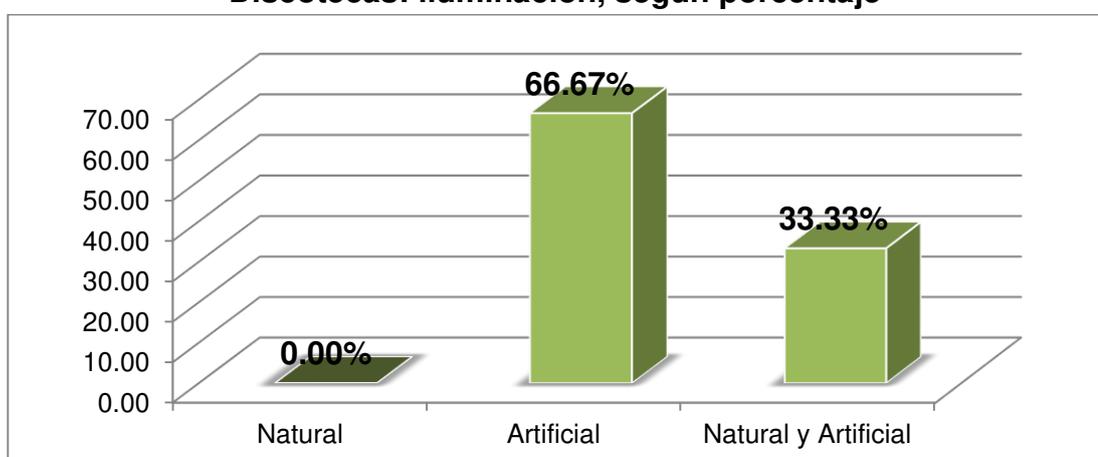
Decoración y ambientación: iluminación

Los edificios analizados muestran que el 66.67% tienen solamente iluminación artificial debido que son lugares totalmente cerrados, y el 33.33% hacen uso tanto de iluminación natural como artificial, ya que están cerrados por elementos vidriados que permiten ingresar luz natural. (Ver Cuadro N° 6.30 y Gráfico N° 6.26)

CUADRO N° 6.30**Discotecas: iluminación, según cantidad y porcentaje**

Tipo de iluminación	Cantidad	Porcentaje (%)
Natural	0	0.00
Artificial	8	66.67
Natural y artificial	4	33.33
TOTAL	23	100.0

Fuente: Elaboración propia. Año 2016

GRÁFICO N° 6.26**Discotecas: iluminación, según porcentaje**

Fuente: Elaboración propia. Año 2016

Decoración y ambientación: ventilación

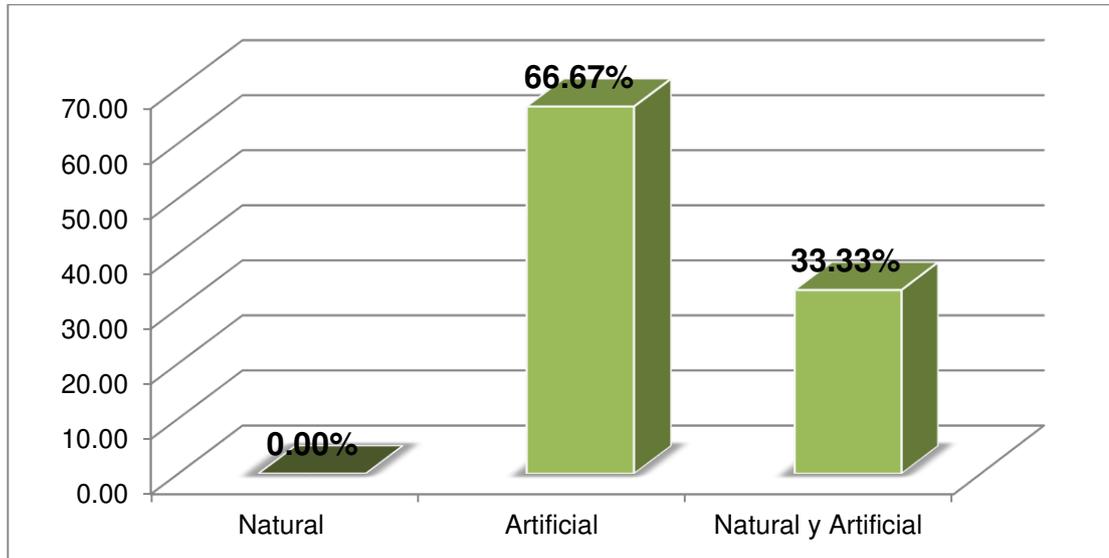
El análisis determina que al igual que en el ítem anterior el 66.67% de los edificios analizados tienen solamente iluminación artificial y el 33.33% hacen uso tanto de iluminación natural como artificial. (Ver Cuadro N° 6.31 y Gráfico N° 6.27)

CUADRO N° 6.31**Discotecas: ventilación, según cantidad y porcentaje**

Tipo de ventilación	Cantidad	Porcentaje (%)
Natural	0	0.00
Artificial	8	66.67
Natural y artificial	4	33.33
TOTAL	23	100.0

Fuente: Elaboración propia. Año 2016

GRÁFICO N° 6.27
Discotecas: ventilación, según porcentaje



Fuente: Elaboración propia. Año 2016

Equipamiento

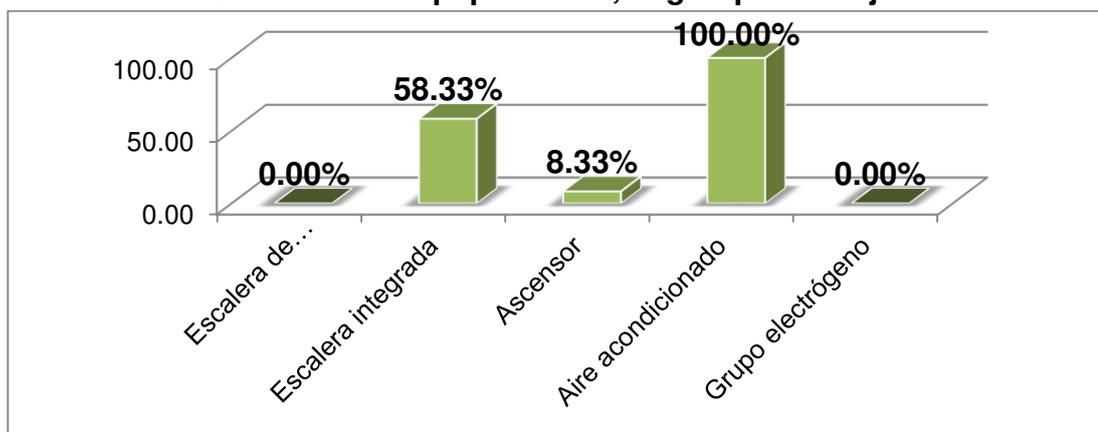
De la lista anterior, los equipamientos que prevalecen en las discotecas, bares y karaokes analizados son: todos estos locales correspondiente al 100.0%, cuentan con aire acondicionado, el 58.33% con escalera integrada, y sólo el 8.33% tiene ascensor, esto en la discoteca ubicada en el centro comercial Real Plaza “Rústica”. (Ver Cuadro N° 6.31 y Gráfico N° 6.28)

CUADRO N° 6.32
Discotecas: equipamiento, según cantidad y porcentaje

Tipo de ventilación	Cantidad	Porcentaje (%)
Escalera de evacuación	0	0.00
Escalera integrada	7	58.33
Ascensor	1	8.33
Aire acondicionado	12	100.00
Grupo electrógeno	0	0.00

Fuente: Elaboración propia. Año 2016

GRÁFICO N° 6.28
Discotecas: equipamiento, según porcentaje



Fuente: Elaboración propia. Año 2016

Sistemas de seguridad

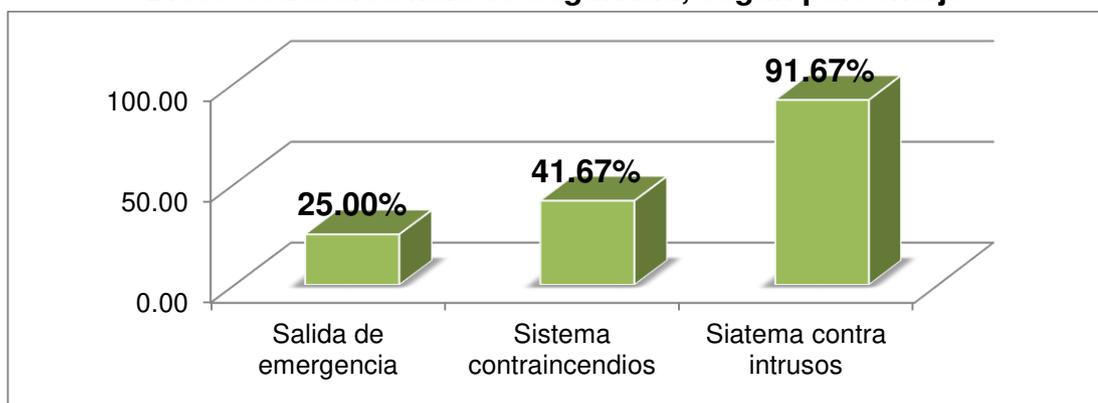
En primer lugar, el sistema más usado, es contra intrusos (uso de cámaras de seguridad), con un porcentaje de 91.67%, en segundo lugar, el sistema contra incendios con un porcentaje de 41.67%, y finalmente, salida de emergencia con 25.0%. (Ver Cuadro N° 6.33 y Gráfico 6.29)

CUADRO N° 6.33
Discotecas: sistemas de seguridad, según cantidad y porcentaje

Sistemas de seguridad	Cantidad	Porcentaje (%)
Salida de emergencia	3	25.00
Sistema contra incendios	5	41.67
Sistema contra intrusos	11	91.67

Fuente: Elaboración propia. Año 2016

GRÁFICO N° 6.29
Discotecas: sistemas de seguridad, según porcentaje



Fuente: Elaboración propia. Año 2016

6.1.4 Centros y canchas deportivas

Una instalación deportiva está provista de los medios necesarios para la práctica y la competición de uno o más deportes. Incluyen las áreas donde se realizan las actividades deportivas (canchas), los diferentes espacios complementarios (bar, otros) y los de servicios auxiliares (baños y vestidores).

El distrito de Chiclayo adolece de centros o canchas deportivas, las cuales suelen ser requeridas por grupos de amigos, colegios o empresas para realizar entrenamientos, campeonatos o simplemente hacer deporte.

Existen algunas canchas deportivas que brindan principalmente el servicio de fútbol, a continuación se enumeran las más conocidas ubicadas en el distrito y que además contienen otros servicios que las complementan (Ver Cuadro N° 6.34).

CUADRO N° 6.34
Listado de centros y canchas deportivas del distrito de Chiclayo

N°	Calif.	Nombre	Ubicación
CD01	Cancha	SHOW GOOL	Av. Miguel Grau #468
CD02	Cancha	LA PICHANGA	Av. Miguel Grau #850
CD03	Canchas	CEDEBAN	Av. Elvira García y García #565
CD04	Canchas	COMPLEJO MUNICIPAL	Ca. Francisco Cabrera
CD05	Canchas	CASA COMUNAL	Ca. Francisco Cabrera S/N

Fuente: Elaboración propia. Año 2016

Habiendo identificado estos locales, se realizó una visita a cada uno de ellos con el fin de conocerlos e identificar sus características principales (Ver Cuadro N° 6.35), dicha información fue recogida en fichas (Ver Anexo N° 04).

CUADRO N° 6.35**Características de centros y canchas deportivas del distrito de Chiclayo**

Área promedio	Oscila entre 2,858 y 13246.34
Número de pisos	Todos los locales estudiados tienen un sólo nivel.
Distancias al centro del distrito	Desde 883 hasta 2858ml
Tipo de ingreso	No tienen un ingreso diferenciado de personal y público, por lo tanto el ingreso es general.
Tipos de servicios	Los centros deportivos analizados tienen como servicio principal canchas de fútbol de gras sintético y de losa. Algunos contienen además, canchas de vóley, canchas de frontón, cancha de básquet, piscina y pista de skate.
Cantidad de canchas	La mayor cantidad de canchas presentes en estos locales son las de fútbol.
Servicios complementarios	Normalmente, estos centros suelen brindar otros servicios que complementan dichas actividades, como por bar, venta de piqueos y en algunos casos hasta estacionamiento.
Servicios higiénicos	En todos los locales hay servicios higiénicos, duchas y vestidores tanto de varones como de mujeres.
Equipamiento	Por ser locales que tienen un solo nivel y al aire libre, no cuentan con equipamiento como escaleras, aire acondicionado, entre otros.
Mobiliario	El mobiliario que prevalece en estos locales son: barra, mesas y sillas, mostradores.
Seguridad	No contienen salidas de emergencia, sistema contraincendios ni sistema contraintrusos

Fuente: Elaboración propia. Año 2016

6.1.5 Spa

Los spas son lugares que ofrecen una amplia gama de tratamientos de salud y de belleza destinados a relajar el cuerpo y aliviar el estrés y la tensión de la vida cotidiana. La tendencia mundial que ha revalorado la importancia del cuidado personal, el regreso a lo natural y a lo orgánico es un factor que ha impulsado el interés de crear spas en la capital como en otros destinos turísticos del país. Cada día aumentan los salones de belleza que incorporan la palabra "spa" en su nombre. Muchos de ellos incluyen el servicio de masajes, faciales y tratamientos relajantes para manos y pies.

En la actualidad, para la mayoría de personas, el cuidado de la imagen personal forma parte de su estilo de vida. Esto se observa, sobre todo, en las mujeres que trabajan y que pueden darse tiempo para consentirse. Ellas son fuertes demandantes de productos y servicios de belleza; pero el género masculino no se queda atrás, ya que cada vez hay más que asisten a un spa de manera frecuente.

El distrito de Chiclayo tiene variedad de salones de belleza en diversas zonas, sin embargo son pocos los que se encuentran complementados con servicios de un spa como terapias de relajación y tratamientos corporales. Se analizan cuatro spas (Ver Cuadro N° 6.36), que son conocidos en el distrito por contener diversos servicios tanto de salón como spa, esto mediante una ficha de recojo de información (Ver Anexo N° 05), los datos obtenidos en estas fichas, se encuentran en el cuadro de características de spa (Ver Cuadro N° 6.37).

CUADRO N° 6.36
Listado spa del distrito de Chiclayo

N°	Calif.	Nombre	Ubicación
S01	Salón y Spa	Montalvo	Av. Balta #545
S02	Spa	Mary Spa	Calle Los Pinos #250
S03	Salón y Spa	Spello	Ca. Juan Cuglivan #625
S04	Salón y Spa	Pepe	Av. Santa Victoria #485

Fuente: Elaboración propia. Año 2016

CUADRO Nº 6.37
Características de los spa del distrito de Chiclayo

Área promedio	Entre 250 y 300m ²
Número de pisos	Estos locales tienen de 2 a 3 pisos, en el primer piso se ubica la recepción e informes, salón de peluquería, cosmiatría y manicure - pedicure; en el segundo la zona que requiere más privacidad como masajes, hidromasajes y otros
Distancias al centro del distrito	Los spas analizados se encuentran, el más cercano a 343ml del centro y el más lejano a 1450ml de distancia.
Tipo de ingreso	Ingreso general
Tipo de atención	La atención es tanto para varones como mujeres, sólo uno tiene atención para parejas
Zonas	Todos los spas analizados tienen las zonas: recepción e informes, salón de peluquería, cosmiatría, manicure - pedicure y spa.
Salón de peluquería	Dentro de los servicios que ofrecen en esta zona los spa estudiados son: tinturaciones, laceados y extensiones, cortes y peinados, tratamientos capilares.
Cosmiatría	En cosmiatría se encuentran tratamientos faciales como limpieza facial y tratamientos con colágeno; maquillaje para toda ocasión, rizado y delineado permanente, y depilación con cera e hilo de diversas partes del cuerpo.
Spa	Esta área aún no se encuentra muy desarrollada, pero los servicios brindados por los spa principalmente son: masajes relajantes, masajes descontracturantes, exfoliación corporal, en menor proporción hidromasajes.
Servicios complementarios	Los servicios adicionales son sala de espera y venta de productos de belleza.
Servicios Higiénicos	Todos tienen baños de uso del público, pero también vestidores en el caso que se realicen masajes o tenga sauna.
Equipamiento	En equipamiento, debido a ser edificios de pocos niveles no tienen escalera de evacuación ni ascensor, sin embargo todos cuentan con escalera integrada.
Mobiliario	El mobiliario necesario para estos locales son: barra de atención, sillas y muebles, camillas para masajes o depilación, mostradores de exhibición de productos que venden.
Seguridad	En cuanto al sistema de seguridad sólo cuentan con sistema contraintrusos.

Fuente: Elaboración propia. Año 2016

6.1.6 Gimnasios

Los gimnasios son aquellos espacios creados para realizar en ellos diversos tipos de actividad física. Considerando el ocio como una actividad y ocupación, se puede establecer que la practica física, el cuidado de la salud, entre otras, forman parte de un grupo de actividades que se pueden realizar durante el tiempo de ocio.

Las personas que asisten a estos locales lo hacen con la finalidad de tener el peso adecuado, bajar colesterol, mejorar el rendimiento físico y también para prevenir el estrés.

En el distrito de Chiclayo encontramos gimnasios ubicados en diversas zonas, los cuales permiten a las personas poder ejercitarse; estos ofrecen paquetes y ofertas con el fin de obtener mayor clientela, encontrando además diversidad de precios de acuerdo a los servicios que brinden cada uno y la calidad de los mismos. Hay cadenas de gimnasios debido a los años de experiencia, han adquirido prestigio, ya que además de ofrecer el servicio de máquinas han implementado otros que permiten a las personas desarrollar diversidad de actividades (Ver Cuadro N° 6.38), dichos locales han sido visitados para el recojo de información mediante fichas (Ver Anexo N° 06), lo cual ha permitido determinar las principales características que estos contienen (Ver Cuadro N° 6.39).

CUADRO N° 6.38
Listado de gimnasios del distrito de Chiclayo

N°	Calif.	Nombre	Ubicación
G01	Gimnasio	Bodytech	Av. Bolognesi #1113
G02	Gimnasio	Fitness House	Av. La Libertad #835
G03	Gimnasio	World Light	Ca. Manuel M. Izaga #083

Fuente: Elaboración propia. Año 2016

CUADRO N° 6.39
Características de gimnasios del distrito de Chiclayo

Área promedio	Entre 350 y 400m ² principalmente
Número de pisos	Estos locales tienen principalmente 2 pisos, teniendo la sala de máquinas y de baile en el primer piso y en el segundo spinning y cafetería.
Distancias al centro del distrito	Los gimnasios analizados se encuentran ubicados entre 680 y 1052m de distancia al centro del distrito.
Zonas	Todos los spas analizados tienen las zonas: recepción e informes y el área de gimnasio, en menor cantidad sala de nutrición, de fisioterapia y área administrativa.
Servicios del gimnasio	La zona de gimnasio es la más desarrollada en estos locales, ofreciendo los siguientes servicios: spinning, baile, cardio y musculación.
Servicios complementarios	Los servicios adicionales principalmente son la venta de productos, lockers y cafetería.
Servicios Higiénicos	Todos tienen baños, vestidores y duchas diferenciados para varones y mujeres.
Equipamiento	En equipamiento, todos cuentan con escalera integrada.
Mobiliario	El mobiliario necesario para estos locales son: barra de atención, mesas y sillas, máquinas y vitrinas de exhibición.
Seguridad	En cuanto al sistema de seguridad sólo cuentan con sistema contraintrusos.

Fuente: Elaboración propia. Año 2016

6.1.7 Locales culturales²⁵

Hoy, que la cultura ha demostrado tener, como ninguna otra herramienta de desarrollo social, un gran poder transformador sobre la vida y la calidad de vida de las personas, se puede afirmar que ésta crece y se construye. Bibliotecas, cinetecas, librerías y museos son distintas expresiones de la misma vocación. Equipar las ciudades de contenedores culturales incrementa la calidad de vida y estimula el conocimiento de los ciudadanos. Chiclayo está ubicado en el último lugar en cuanto a equipamiento cultural en comparación con el resto de metrópolis del país.

²⁵ http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/usat/483/1/TL_Graus_Quevedo_SandraYarine.pdf

Dicha afirmación se ve reflejada, ya que solo cuenta con cuatro equipamientos de cultura (Ver Cuadro N° 6.40), que a continuación describiremos:

CUADRO N° 6.40
Listado de locales culturales del distrito de Chiclayo

Nº	Calif.	Nombre	Ubicación
C01	Teatro	Dos de mayo	Ca. Alfredo La Point # 909
C02	Instituto	INC	Av. Luis Gonzáles #345
C03	Biblioteca	Eufemio Lora y Lora	
C04	Institución	ICPNA	Ca. Manuel María Izaga # 807

Fuente: Elaboración propia. Año 2016

- Teatro Dos de Mayo: es el único teatro existente en el distrito, y actualmente su actividad está paralizada. Este edificio forma parte de los monumentos catalogados, y cuenta con un expediente para la finalización de su restauración, el mismo que no ha prosperado por la coyuntura política y problemas en su gestión y falta de consenso entre autoridades.

- Biblioteca Eufemio Lora y Lora: en Chiclayo es la biblioteca central ubicada entre la av. Miguel Grau y la calle José María Izaga, sin embargo no abastece al número de estudiantes que a diario visitan sus instalaciones, todos los días el flujo de personas satura sus espacios, que se han reducido a la mitad pues a la fecha este local alberga a oficinas del municipio.

- Centros culturales: el uso de los centros culturales es exclusivo de personas matriculadas e integrantes de las instituciones dueñas, dentro de estos ejemplos se encuentran el Instituto Cultural Peruano Norte Americano (ICPNA) y el Instituto Nacional de Cultura (INC). El primero dedicado a la enseñanza de idiomas extranjeros de manera privada, pero que sin embargo desarrolla actividades artísticas y culturales programadas mensualmente, brindando a conferencistas y artistas locales, nacionales e internacionales la oportunidad de ofrecer lo mejor de su arte y conocimiento a la colectividad Lambayecana; tiene como principal escenario un moderno auditorio, en el cual se desarrollan exposiciones pictóricas, fotográficas y de escultura; recitales de canto y música; presentaciones teatrales y de ballet; videoconferencias y

conferencias sobre temas culturales, académicos y sociales de actualidad; presentaciones de libros de escritores locales y nacionales, además de una variada programación de películas norteamericanas para grandes y chicos a través del Cine Club. El segundo, promueve la cultura mediante diversas actividades y talleres que ofrece para los pobladores de toda la ciudad, tales como: conferencias, exposiciones fotográficas, talleres de danza y pintura, presentación de obras teatrales, conciertos, poemarios, entre otras.

A toda la situación detallada, se suma el poco interés en indagar sobre estadísticas regionales para conocer el nivel de consumo y demanda de servicios y productos culturales, sin embargo, se puede inferir su requerimiento en base al crecimiento de una parte de la población que los exige, dado el boom de educación superior, las nuevas instituciones y las empresas que se instalan en la ciudad y la región.

6.2 Demanda

El estudio de la demanda del distrito de Chiclayo, comprende el procesamiento y análisis de encuestas realizadas a 384 personas, resultado que arroja el cálculo de la muestra (Ver Anexo N° 07), teniendo en cuenta la población del distrito, entre los 15 y 64 años al 2016; dichas encuestas fueron aplicadas en dos lugares específicos: el Centro Comercial Real Plaza y el parque principal de Chiclayo; contenían veinte (20) preguntas abiertas sobre sus características generales, preferencias respecto a actividades de ocio y opinión sobre el proyecto que se propone (Ver anexo N° 08).

Además, se realizaron algunas entrevistas a empresarios que estén relacionados con locales de ocio existentes en el distrito, esto con el fin de tener conocimiento acerca de su experiencia y recomendaciones que permitirán plantear un proyecto eficaz. (Ver anexo N° 09, 10 y 11).

6.2.1 ¿Cuál es su género?

Del total de personas encuestadas prevalece el género masculino con un 63.3% que corresponde a 243 personas y el restante con un 36.7% género femenino, correspondiente a 141 personas. (Ver Cuadro N° 6.41 y Gráfico N° 6.30)

CUADRO N° 6.41

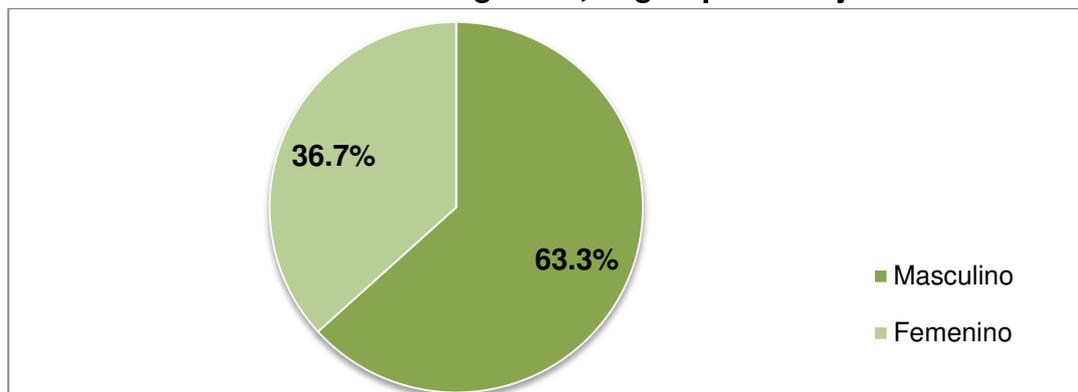
Distribución de género de encuestados, según cantidad y porcentaje

Sexo	Cantidad	Porcentaje (%)
Masculino	243	63.3
Femenino	141	36.7
TOTAL	384	100.0

Fuente: Elaboración propia. Año 2016

GRÁFICO N° 6.30

Distribución de género, según porcentaje



Fuente: Elaboración propia. Año 2016

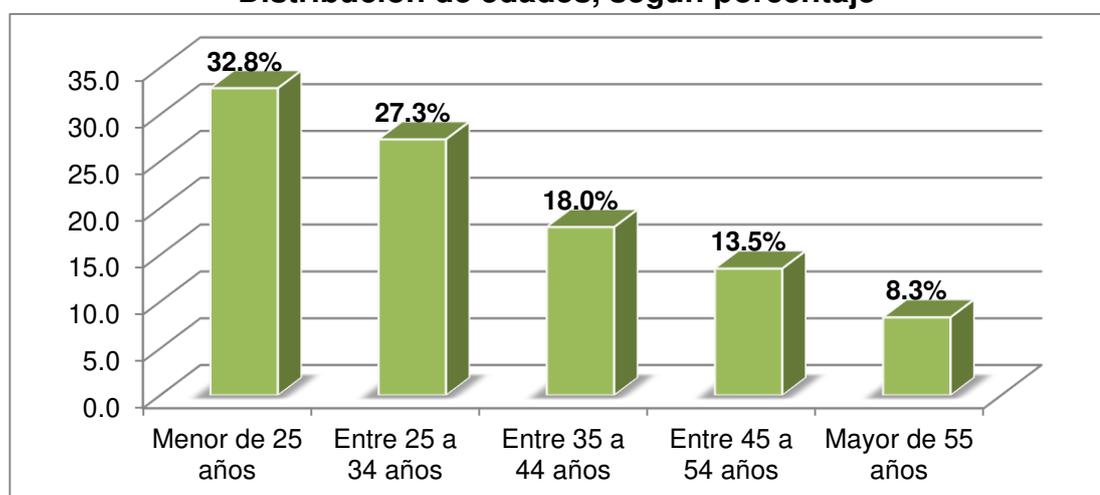
6.2.2 ¿Cuál es su edad?

Teniendo en consideración que se ha encuestado a personas entre los 18 y 64 años, prevalecen en mayor cantidad menores de 25 años con un 32.8%, seguido de entre 25 y 34 años con 27.3%, posteriormente, entre 35 y 44 años con 18%, entre 45 y 54 con 13.5% y finalmente, personas mayores de 55 años con un 8.3%. (Ver Cuadro N° 6.42 y Gráfico N° 6.31)

CUADRO N° 6.42**Distribución de edades, según cantidad y porcentaje**

Rango de edades	Cantidad	Porcentaje (%)
Menor de 25 años	126	32.8 %
Entre 25 y 34 años	105	27.3 %
Entre 35 y 44 años	69	18.0 %
Entre 45 y 54 años	52	13.5 %
Mayor de 55 años	32	8.3 %
TOTAL	384	100.0 %

Fuente: Elaboración propia. Año 2016

GRÁFICO N° 6.31**Distribución de edades, según porcentaje**

Fuente: Elaboración propia. Año 2016

6.2.3 ¿Cuál es su origen?

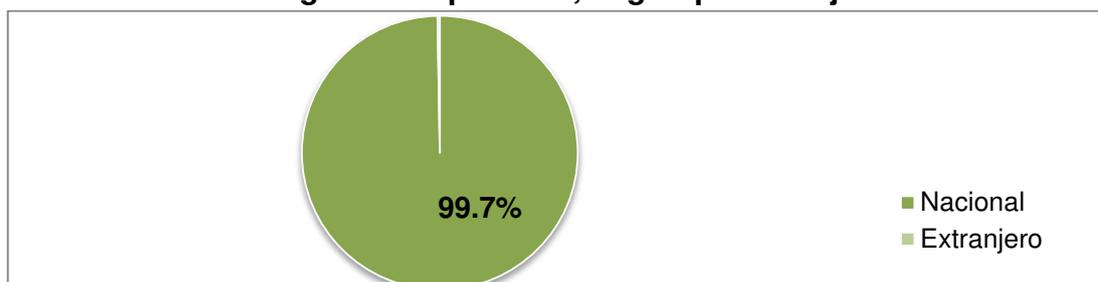
De las 384 personas encuestadas, 383 son de origen nacional con 99.7% y sólo 1 de origen extranjero con 0.3%. (Ver Cuadro N° 6.43 y Gráfico N° 6.32)

CUADRO N° 6.43**Origen de la persona, según cantidad y porcentaje**

Origen	Cantidad	Porcentaje
Nacional	383	99.7
Extranjero	1	0.3
TOTAL	384	100.0

Fuente: Elaboración propia. Año 2016

GRÁFICO N° 6.32
Origen de la persona, según porcentaje



Fuente: Elaboración propia. Año 2016

6.2.4 ¿Cuál es su ocupación?

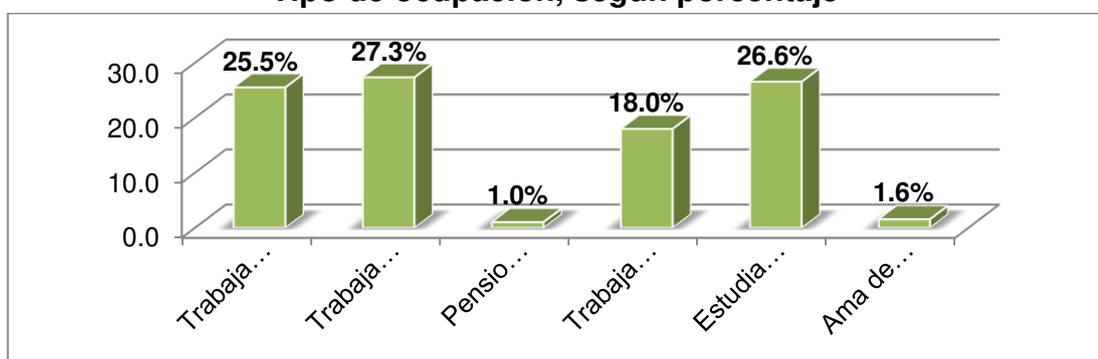
La ocupación que prevalece de las personas encuestadas es de 27.3% de trabajadores privados, estudiantes con 26.6%, trabajador estatal con 25.5%, trabajador independiente con 18%, ama de casa y pensionista con 1.6% y 1% respectivamente. (Ver Cuadro N° 6.44 y Gráfico N° 6.32)

CUADRO N° 6.44
Tipo de ocupación, según cantidad y porcentaje

Ocupación	Cantidad	Porcentaje
Trabajador Estatal	98	25.5
Trabajador Privado	105	27.3
Pensionista	4	1.0
Trabajador Independiente	69	18.0
Estudiante	102	26.6
Ama de casa	6	1.6
TOTAL	384	100

Fuente: Elaboración propia. Año 2016

GRÁFICO N° 6.33
Tipo de ocupación, según porcentaje



Fuente: Elaboración propia. Año 2016

6.2.5 ¿Cuál es su ingreso promedio familiar mensual? En soles

El ingreso promedio familiar que prevalece es de 851 a 1700 con un 45.1%, de 1701 a 2550 con 20.6%, menos de 850 con 25.5%, y finalmente más de 2551 con 19.8%. (Ver Cuadro N° 6.45 y Gráfico N° 6.34)

CUADRO N° 6.45

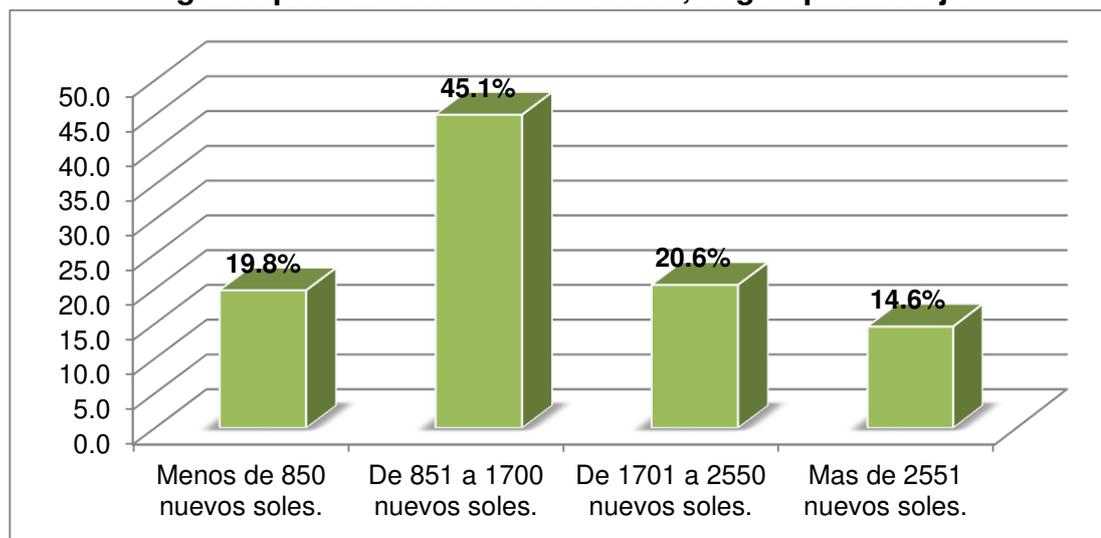
Ingreso promedio familiar mensual, según cantidad y porcentaje

Ingreso mensual	Cantidad	Porcentaje
Menos de 850 nuevos soles.	76	19.8
De 851 a 1700 nuevos soles.	173	45.1
De 1701 a 2550 nuevos soles.	79	20.6
Más de 2551 nuevos soles.	56	14.6
TOTAL	384	100.0

Fuente: Elaboración propia. Año 2016

GRÁFICO N° 6.34

Ingreso promedio familiar mensual, según porcentaje



Fuente: Elaboración propia. Año 2016

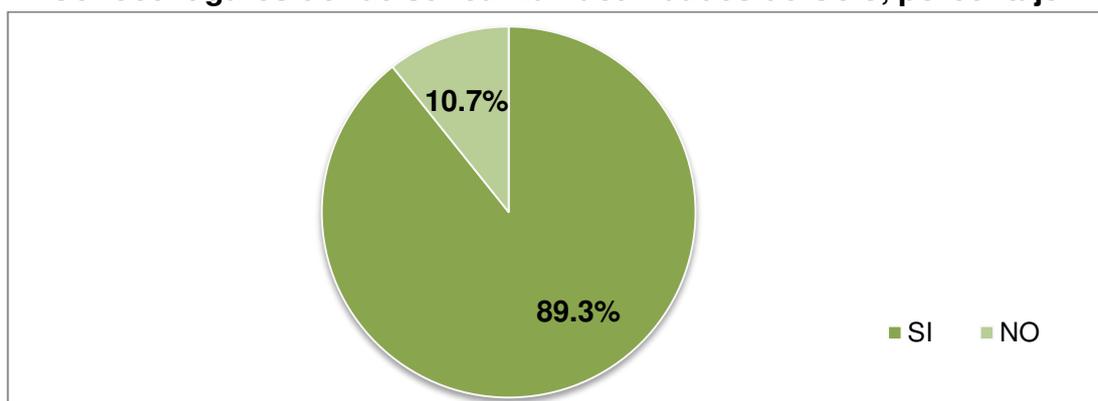
6.2.6 ¿Conoce lugares en Chiclayo, donde se realizan actividades de ocio?

Se determina que el más alto porcentaje es el que conocen lugares de ocio en el distrito con un 89.3% y solo el 10.7% no conoce estos lugares (Ver Cuadro N° 6.46 y Gráfico N° 6.35)

CUADRO N° 6.46**Conoce lugares donde se realizan actividades de ocio, según cantidad y porcentaje**

	Cantidad	Porcentaje
SI	343	89.3
NO	41	10.7
TOTAL	384	100.0

Fuente: Elaboración propia. Año 2016

GRÁFICO N° 6.35**Conoce lugares donde se realizan actividades de Ocio, porcentaje**

Fuente: Elaboración propia. Año 2016

6.2.7 ¿Qué tipo de actividades de ocio realiza, usted?

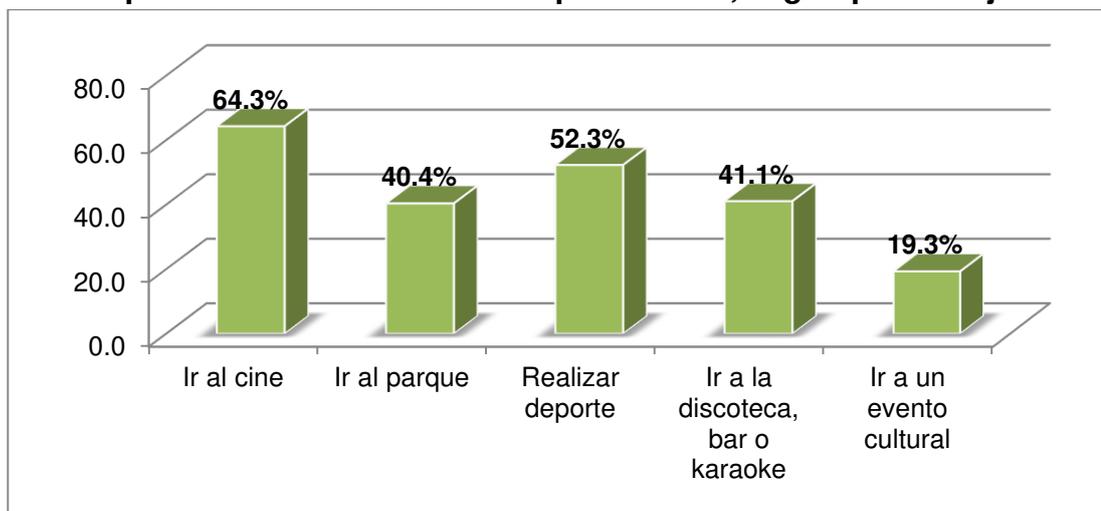
La actividad ir al cine es la más realizada por los pobladores, está en el primer lugar, con 64.3%; realizar deporte en segundo lugar con 52.3%, seguido de ir a una discoteca, bar o karaoke con 41.1%, ir al parque con 40.4% y finalmente, asistir a un evento cultural con 19.3%. Cada porcentaje es obtenido respecto al total de encuestados. (Ver Cuadro N° 6.47 y Gráfico N° 6.36)

CUADRO N° 6.47**Tipos de actividades de ocio que realizan, según cantidad y porcentaje**

Actividades	Cantidad	Porcentaje
Ir al cine	247	64.3
Ir al parque	155	40.4
Realizar deporte	201	52.3
Ir a la discoteca, bar o karaoke	158	41.1
Ir a un evento cultural	74	19.3

Fuente: Elaboración propia. Año 2016

GRÁFICO N° 6.36
Tipos de actividades de ocio que realizan, según porcentaje



Fuente: Elaboración propia. Año 2016

6.2.8 ¿Cuál es su gasto promedio mensual en ocio y esparcimiento?

Se determina que el gasto promedio mensual que tiene la demanda es menos de 200 nuevos soles con 60.2%, entre 201 y 500 nuevos soles con 32%, entre 501 y 800 nuevos soles con 6.5%, entre 801 y 1100 y más de 1100 nuevos soles con 0.5% y ninguno con 0.3%. (Ver Cuadro N° 6.48 y Gráfico N° 6.37)

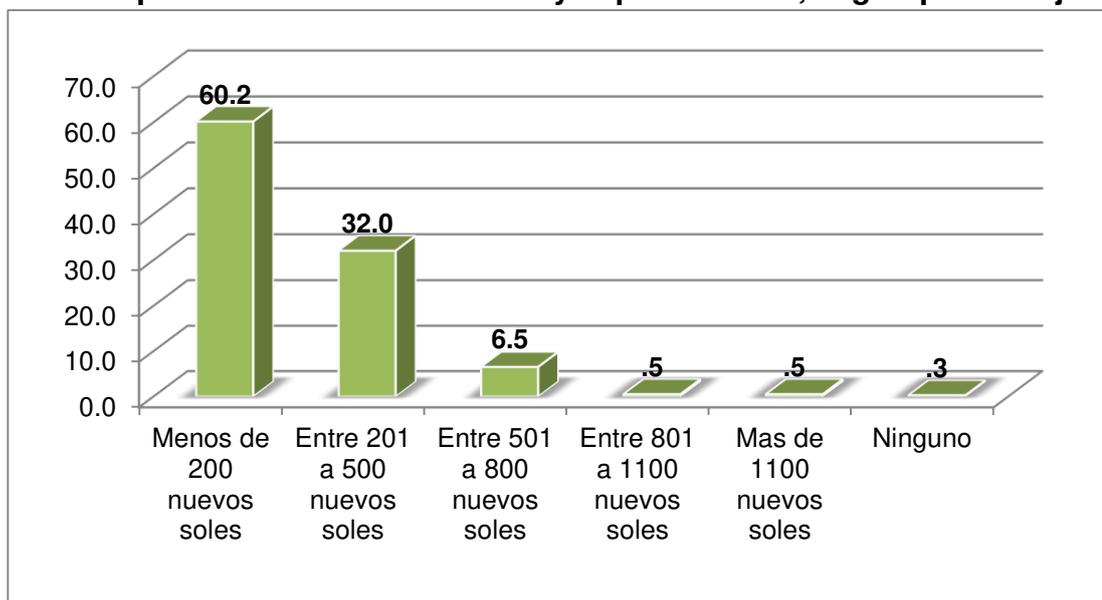
CUADRO N° 6.48
Gasto promedio mensual en ocio y esparcimiento, según cantidad y porcentaje

Rangos de gastos	Cantidad	Porcentaje
Menos de 200 nuevos soles	231	60.2
Entre 201 a 500 nuevos soles	123	32.0
Entre 501 a 800 nuevos soles	25	6.5
Entre 801 a 1100 nuevos soles	2	0.5
Más de 1100 nuevos soles	2	0.5
Ninguno	1	0.3
TOTAL	384	100.0

Fuente: Elaboración propia. Año 2016

GRÁFICO N° 6.37

Gasto promedio mensual en ocio y esparcimiento, según porcentaje



Fuente: Elaboración propia. Año 2016

6.2.9 ¿Con que frecuencia visita lugares de ocio y esparcimiento?

Las frecuencia de la demanda en cuanto a visitar lugares de ocio y esparcimiento es mensual con el mayor porcentaje 36.2%, seguido de quincenal con 28.4%, semanal con 26.6%, dos veces a más al año y no concurre con 5.2% y 3.7% respectivamente. (Ver Cuadro N° 6.49 y Gráfico N° 6.38)

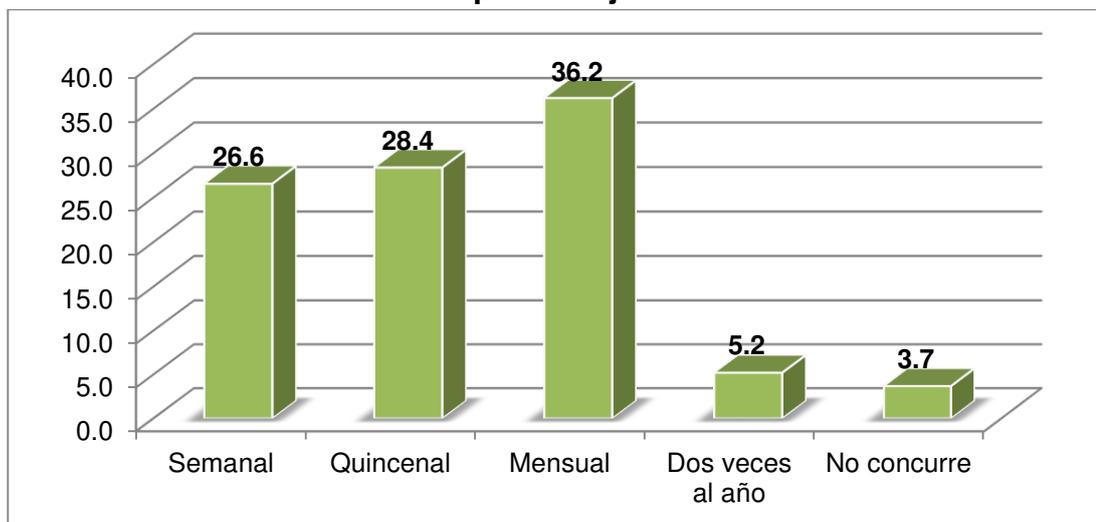
CUADRO N° 6.49

Frecuencia con la que visita lugares de ocio y esparcimiento, según cantidad y porcentaje

Frecuencia	Cantidad	Porcentaje
Semanal	102	26.6
Quincenal	109	28.4
Mensual	139	36.2
Dos veces al año	20	5.2
No concurre	14	3.7
TOTAL	384	100.0

Fuente: Elaboración propia. Año 2016

GRÁFICO N° 6.38
Frecuencia con la que visita lugares de ocio y esparcimiento, según porcentaje



Fuente: Elaboración propia. Año 2016

6.2.10 ¿A través de qué medios, usted se informa de los lugares de ocio y esparcimiento?

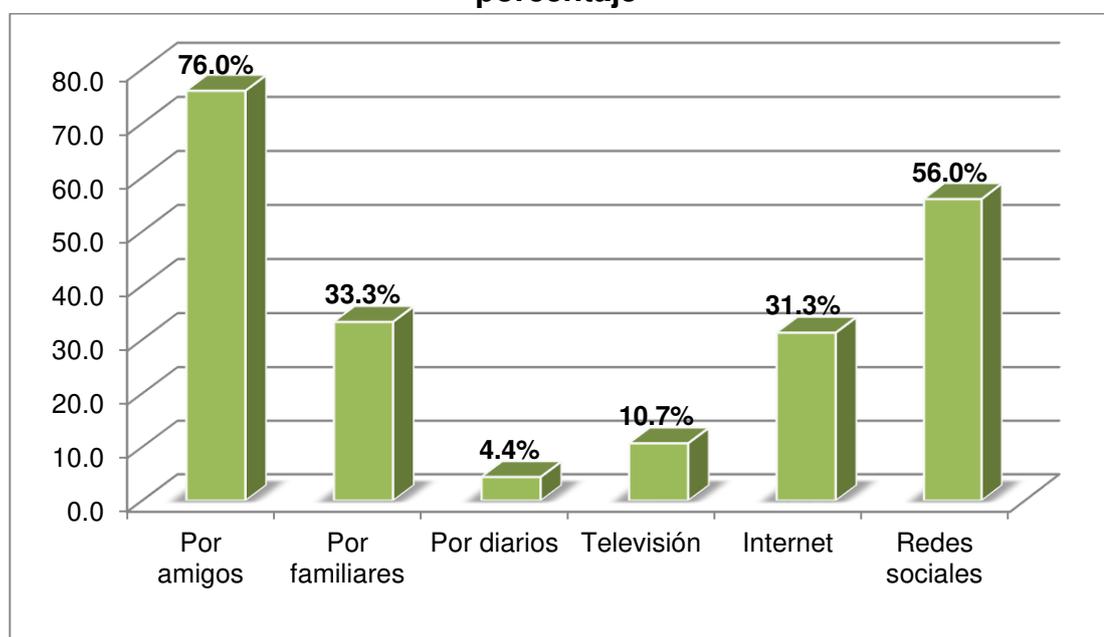
Los medios por los cuales la demanda se informa de los lugares de ocio y esparcimiento principalmente es por amigos con un 76%, por redes sociales con 56%, por familiares con 33.3%, por internet con 31.3%, por televisión solo un 10.7% y por diarios solo un 4.4%. Cada porcentaje es obtenido respecto al total de encuestados. (Ver Cuadro N° 6.50 y Gráfico N° 6.39)

CUADRO N° 6.50
Medios de información de los lugares de ocio y esparcimiento, según cantidad y porcentaje

Medios	Cantidad	Porcentaje
Por amigos	292	76.0
Por familiares	128	33.3
Por diarios	17	4.4
Televisión	41	10.7
Internet	120	31.3
Redes sociales	215	56.0

Fuente: Elaboración propia. Año 2016

GRÁFICO N° 6.39
Medios de información de los lugares de ocio y esparcimiento, según porcentaje



Fuente: Elaboración propia. Año 2016

6.2.11 ¿Con quienes, usted concurre a los locales de ocio?

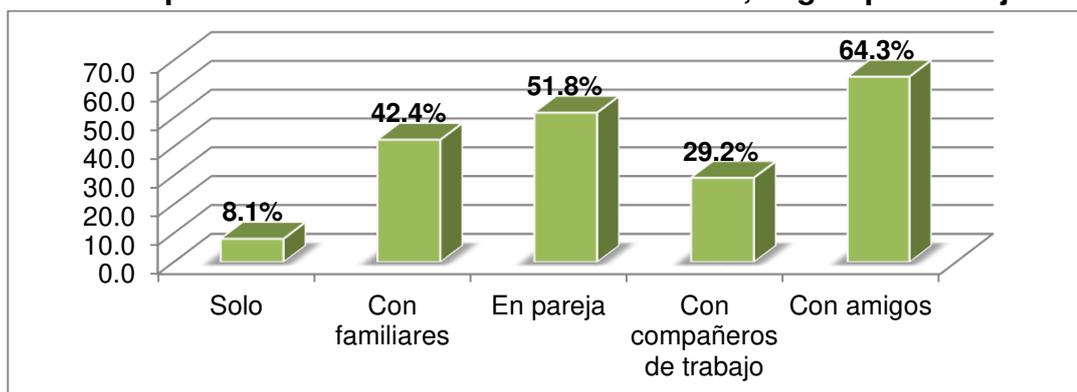
Las formas en que suele asistir a los locales de ocio principalmente es con amigos 64.3%, en pareja con 51.8%, con familiares 42.4%, con compañeros del trabajo con 29.2% y solo 8.1%. Cada porcentaje es obtenido respecto al total de encuestados. (Ver Cuadro N° 6.51 y Gráfico N° 6.40)

CUADRO N° 6.51
Con quienes concurre a los locales de ocio, según cantidad y porcentaje

Con quienes concurre	Cantidad	Porcentajes
Solo	31	8.1
Con familiares	163	42.4
En pareja	199	51.8
Con compañeros de trabajo	112	29.2
Con amigos	247	64.3

Fuente: Elaboración propia. Año 2016

GRÁFICO N° 6.40
Con quienes concurre a los locales de ocio, según porcentaje



Fuente: Elaboración propia. Año 2016

6.2.12 ¿Considera usted que el proyecto "Centro de ocio", es una propuesta novedosa para el distrito de Chiclayo?

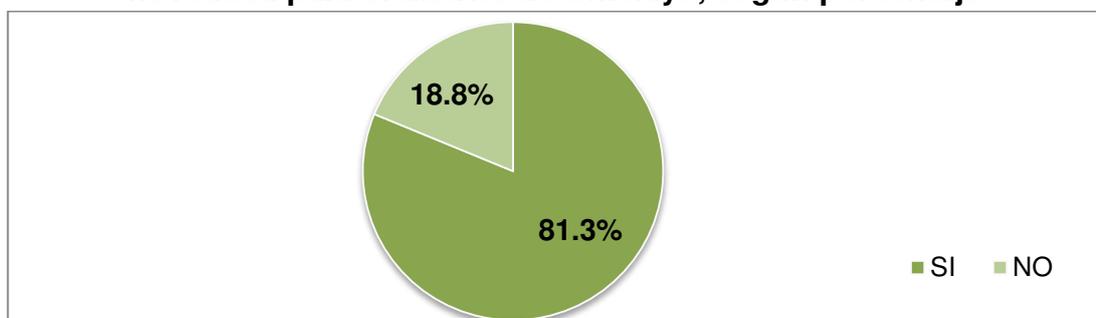
Se determina que la mayoría de los encuestados opinan que el proyecto si es una propuesta novedosa, obteniendo 81.3% y solo el 18.8% restante no lo considera de ese modo. (Ver Cuadro N° 6.52 y Gráfico N° 6.41)

CUADRO N° 6.52
Considera que el proyecto "Centro de Ocio" es una propuesta novedosa para el distrito de Chiclayo, según cantidad y porcentaje

	Cantidad	Porcentaje
SI	312	81.3
NO	72	18.8
TOTAL	384	100.0

Fuente: Elaboración propia. Año 2016

GRÁFICO N° 6.41
Considera que el proyecto "Centro de Ocio" es una propuesta novedosa para el distrito de Chiclayo, según porcentaje



Fuente: Elaboración propia. Año 2016

6.2.13 ¿Considera usted que el proyecto "Centro de ocio", es necesario para los pobladores del distrito de Chiclayo?

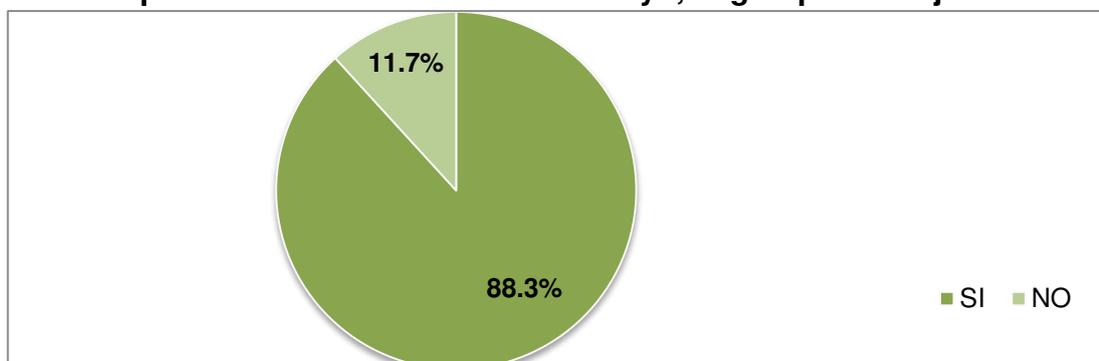
Se determina que la mayoría de los encuestados opinan que el proyecto sí es necesario para los pobladores del distrito con un 88.3% y el 11.7% restante considera que no. (Ver Cuadro N° 6.53 y Gráfico N° 6.42)

CUADRO N° 6.53
Piensa que el proyecto "Centro de Ocio" es necesario para los pobladores del distrito de Chiclayo, según cantidad y porcentaje

	Cantidad	Porcentaje
SI	339	88.3
NO	45	11.7
TOTAL	384	100.0

Fuente: Elaboración propia. Año 2016

GRÁFICO N° 6.42
Piensa que el proyecto "Centro de Ocio" es necesario para los pobladores del distrito de Chiclayo, según porcentaje.



Fuente: Elaboración propia. Año 2016

6.2.14 ¿Considera usted que el proyecto "Centro de ocio", es viable económicamente?

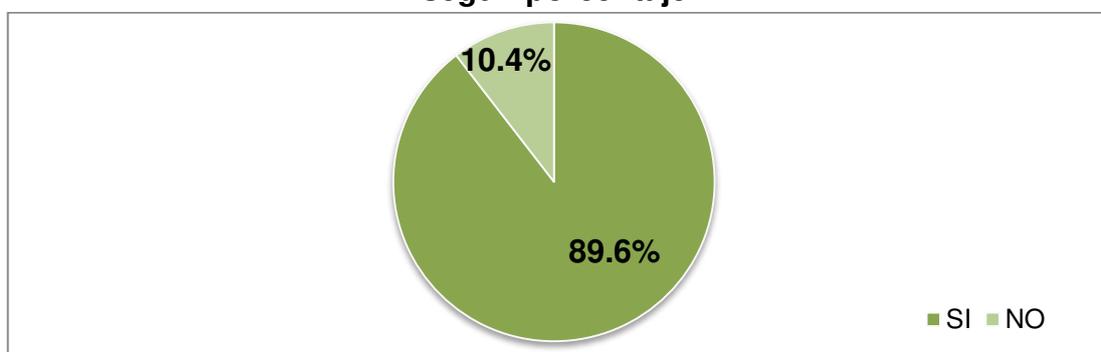
Se determina que la mayoría opina que el proyecto si es viable económicamente, alcanzando el 89.6% y los que consideran que no el 10.4%. (Ver Cuadro N° 6.54 y Gráfico N° 6.43)

CUADRO N° 6.54
Opina que el proyecto “Centro de Ocio” es viable económicamente,
según cantidad y porcentaje

	Cantidad	Porcentaje
SI	344	89.6
NO	40	10.4
TOTAL	384	100.0

Fuente: Elaboración propia. Año 2016

GRÁFICO N° 6.43
Opina que el proyecto “Centro de Ocio” es viable económicamente,
según porcentaje



Fuente: Elaboración propia. Año 2016

6.2.15 Debido a la falta de terrenos amplios en el centro del distrito de Chiclayo. ¿Estaría de acuerdo que el centro de ocio se ubique en los alrededores de éste?

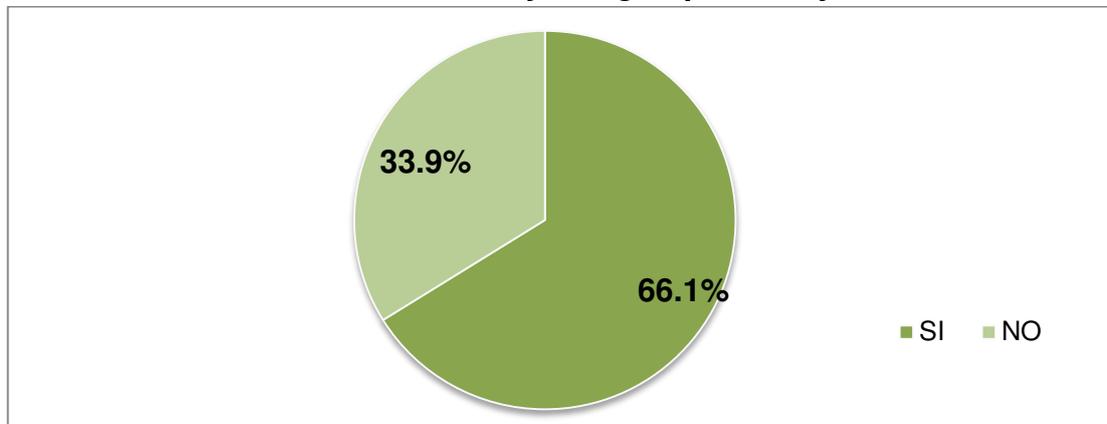
Se determina que la mayoría de los encuestados estaría de acuerdo con que se ubique en los alrededores con un 66.1% y el 33.9% no lo considera así. (Ver Cuadro N° 6.55 y Gráfico N° 6.44)

CUADRO N° 6.55
Está de acuerdo que el centro de ocio se ubique en los alrededores del
distrito de Chiclayo, según cantidad y porcentaje

	Cantidad	Porcentaje
SI	254	66.1
NO	130	33.9
TOTAL	384	100.0

Fuente: Elaboración propia. Año 2016

GRÁFICO N° 6.44
Está de acuerdo que el centro de ocio se ubique alrededores del distrito de Chiclayo, según porcentaje



Fuente: Elaboración propia. Año 2016

6.2.16 ¿Por qué está de acuerdo con que se ubique en los alrededores del distrito? Enumere por orden de importancia

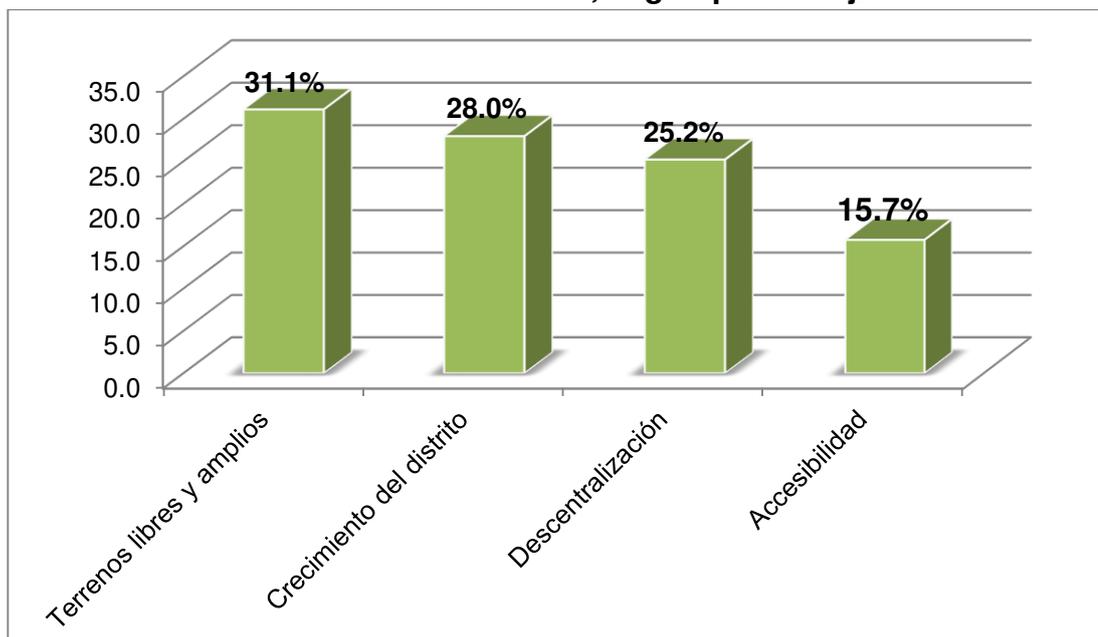
De las 384 personas encuestadas, 254 indicaron estar de acuerdo con que el proyecto se ubique en los alrededores del distrito. El 31.0% indicó estar de acuerdo porque hay terrenos libres y amplios, el 28.0% piensa que es por el crecimiento de distrito, el 25.2% indica que eso ayudará a la descentralización del distrito y el 15.7% que estas áreas son accesibles. (Ver Cuadro N° 6.56 y Gráfico N° 6.45)

CUADRO N° 6.56
Nivel de importancia en la ubicación del Centro de Ocio en los alrededores del distrito, según porcentajes

Características	Cantidad	Porcentaje
Terrenos libres y amplios	79	31.0
Crecimiento del distrito	71	28.0
Descentralización	64	25.2
Accesibilidad	40	15.7
TOTAL	254	100.0

Fuente: Elaboración propia. Año 2016

GRÁFICO N° 6.45
Nivel de importancia en la ubicación del Centro de Ocio en los alrededores del distrito, según porcentaje



Fuente: Elaboración propia. Año 2016

6.2.17 En cuanto a actividades deportivas y de relajación ¿Qué espacios se debería proponer?

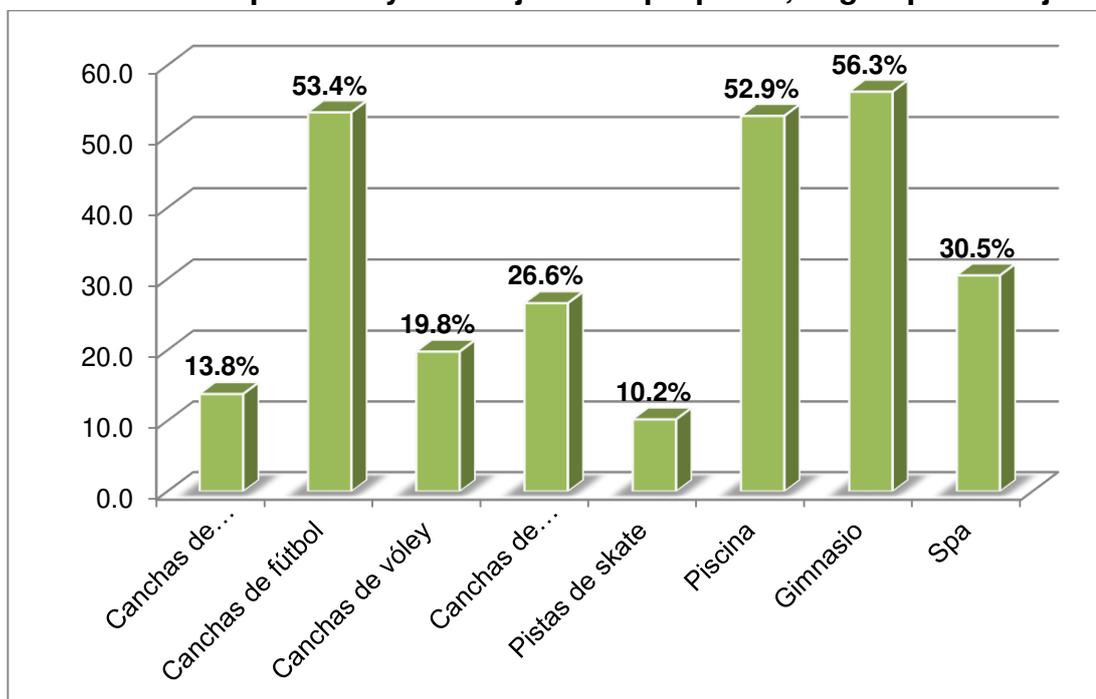
Las preferencias de la demanda determina que las actividades deportivas y de relajación que se deberían proponer son: gimnasio con 56.3%; canchas de fútbol con 53.4% y piscina con 52.9%. (Ver Cuadro N° 6.57 y Gráfico N° 6.46)

CUADRO N° 6.57
Actividades deportivas y de relajación a proponer, según cantidad y porcentajes

Actividades deportivas	Cantidad	Porcentaje
Canchas de frontón	53	13.8
Canchas de fútbol	205	53.4
Canchas de vóley	76	19.8
Canchas de básquet	102	26.6
Pistas de skate	39	10.2
Piscina	203	52.9
Gimnasio	216	56.3
Spa	117	30.5

Fuente: Elaboración propia. Año 2016

GRÁFICO N° 6.46
Actividades deportivas y de relajación a proponer, según porcentajes



Fuente: Elaboración propia. Año 2016

6.2.18 En cuanto a actividades culturales. ¿Qué ambientes se tendrían?

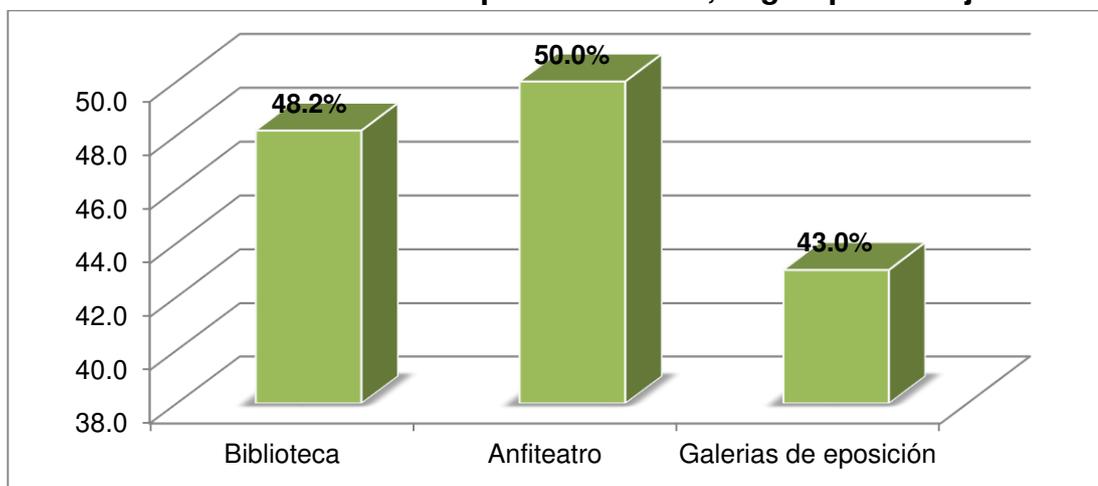
Se determina que las preferencias de la demanda en cuanto a actividades culturales que se deberían proponer son: anfiteatro con 50.0%, biblioteca con 48.2% y galerías de exposición 43%. (Ver Cuadro N° 6.58 y Gráfico N° 6.47)

CUADRO N° 6.58
Actividades culturales que se tendrían, según cantidad y porcentaje

Actividades culturales	Cantidad	Porcentaje
Biblioteca	185	48.2
Anfiteatro	192	50.0
Galerías de exposición	165	43.0

Fuente: Elaboración propia. Año 2016

GRÁFICO N° 6.47
Actividades culturales que se tendrían, según porcentaje



Fuente: Elaboración propia. Año 2016

6.2.19 En cuanto a actividades de entretenimiento. ¿Con qué áreas contaría?

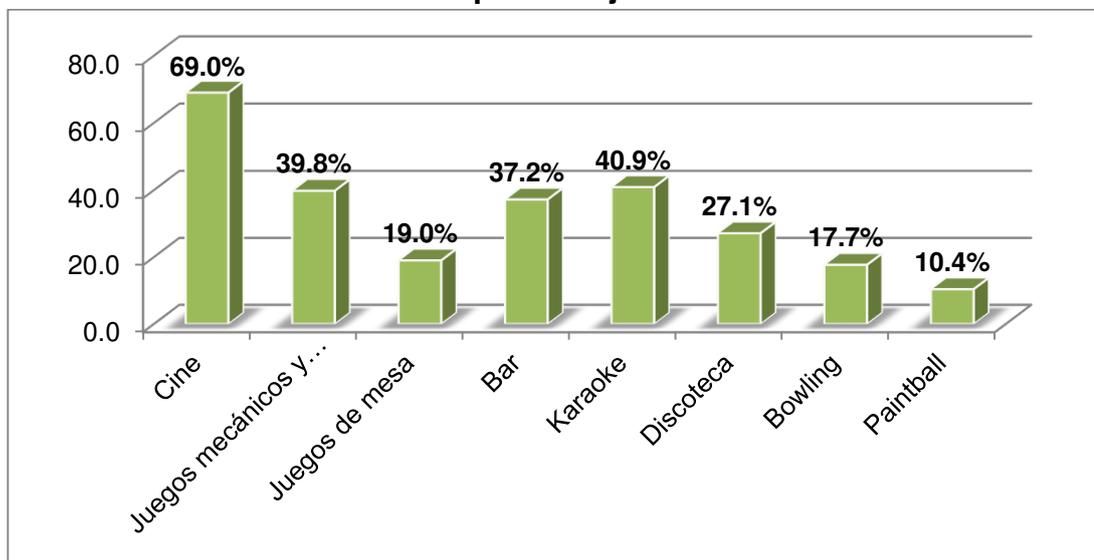
Las preferencias de la demanda determina que las actividades de entretenimiento que se deberían proponer según mayor porcentaje son: cine con 69.0%; karaoke con 40.9%, juegos mecánicos-electrónicos con 39.8% y bar con 37.2%. (Ver Cuadro N° 6.59 y Gráfico N° 6.48)

CUADRO N° 6.59
Actividades de entretenimiento con que contaría, según cantidad y porcentaje

Actividades culturales	Cantidad	Porcentaje
Cine	265	69.0
Juegos mecánicos y electrónicos	153	39.8
Juegos de mesa	73	19.0
Bar	143	37.2
Karaoke	157	40.9
Discoteca	104	27.1
Bowling	68	17.7
Paintball	40	10.4

Fuente: Elaboración propia. Año 2016

GRÁFICO N° 6.48
Actividades de entretenimiento con que contaría según cantidad y porcentaje



Fuente: Elaboración propia. Año 2016

6.2.20 En cuanto a servicios complementarios con los que debería contar este centro. ¿Qué superficies se podrían plantear?

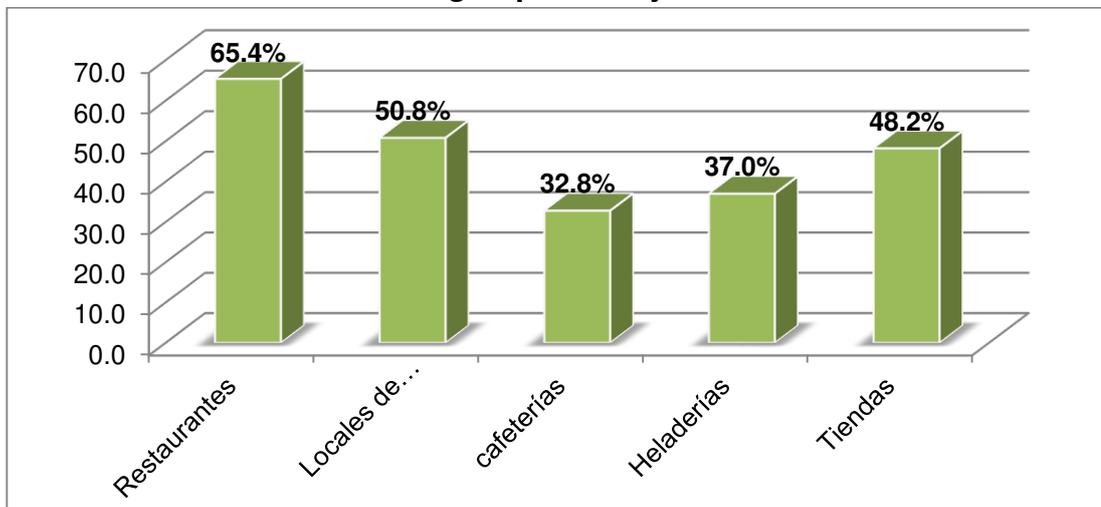
Se determina que las preferencias de la demanda por mayor porcentaje, son: restaurantes con 65.4%; locales de comida rápida con 50.8%, tiendas con 48.2%; en un menor porcentaje heladerías y cafeterías con 37% y 32.8% respectivamente. (Ver Cuadro N° 6.60 y Gráfico N° 6.49)

CUADRO N° 6.60
Servicios complementarios que se plantearían en el centro de ocio, según cantidad y porcentaje

Actividades culturales	Cantidad	Porcentaje
Restaurantes	251	65.4
Locales de comida rápida	195	50.8
Cafeterías	126	32.8
Heladerías	142	37.0
Tiendas	185	48.2

Fuente: Elaboración propia. Año 2016

GRÁFICO N° 6.49
Servicios complementarios que se plantearían en el centro de ocio,
según porcentajes



Fuente: Elaboración propia. Año 2016

**CAPÍTULO VII: IDENTIFICACIÓN Y EVALUACIÓN DE ACTIVIDADES Y
FUNCIONES DE CENTROS DE OCIO REFERENTES.**

Introducción

Teniendo en cuenta, los referentes de la investigación (ejemplos análogos) desarrollados en el marco teórico, se ha elegido uno de ellos para ser analizado a profundidad en este capítulo. Ya que, en nuestro país no existe un centro de ocio como tal y de los centros estudiados que se encuentran en España, no es factible obtener la información detallada para un correcto análisis; se optó por analizar el centro comercial Plaza San Miguel de Lima, el cual cuenta con diversas actividades de ocio y además tiene una configuración distinta al resto por estar conformado por varias manzanas.

Se realizó una visita insitu del centro comercial, que nos permitió conocer a detalle el funcionamiento y las diversas actividades que se desarrollan en su interior, los materiales que emplean en su construcción y cerramientos, además de su configuración interna.

Los criterios analizados de Plaza San Miguel son los siguientes: datos generales del distrito San Miguel, tales como su ubicación, clima, historia y configuración urbana; la localización del centro comercial, su historia desde su inauguración, características generales, emplazamiento, entorno urbano actual, zonificación del centro de acuerdo a las actividades que se desarrollan en su interior, circulaciones internas y externas, el sistema estructural empleado, el cerramiento y materiales que se utilizan en éste y en cada uno de sus elementos, planos que indican las tiendas, restaurantes y locales de ocio que contiene, y finalmente, el programa arquitectónico por pisos.

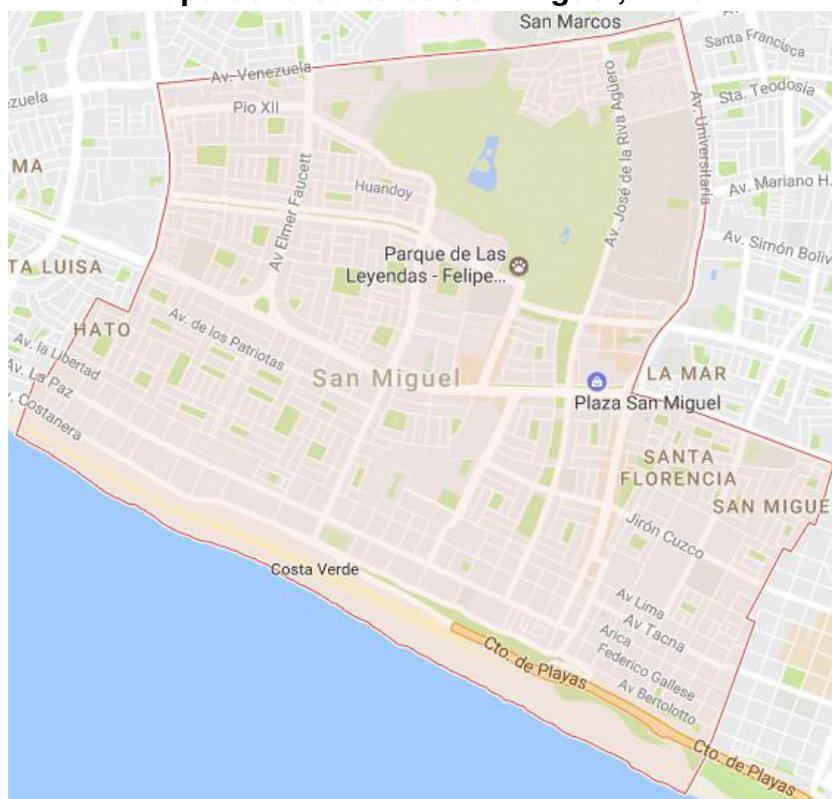
7.1 San Miguel - Lima

7.1.1 Ubicación geográfica

Wikipedia (s.f), afirma que el distrito de San Miguel es uno de los 43 distritos de la provincia de Lima, ubicada en el Departamento de Lima, capital del Perú. Su ubicación, al oeste del centro de Lima, la convierte en un nexo entre los distritos del sur de la ciudad con el puerto del Callao, ya sea para llegar al Aeropuerto Internacional Jorge Chávez o al terminal marítimo.

Asimismo Wikimpia, nos dice que San Miguel limita al Noreste con el distrito de Lima, al Este con los distritos de Magdalena del Mar y Pueblo Libre, al Sur con el Océano Pacífico y al Oeste con la región Callao. Es un distrito prioritariamente residencial y concentra un importante núcleo comercial metropolitano, especialmente en la avenida La Marina.

FIGURA 7.1
Mapa del distrito de San Miguel, Lima



Fuente: www.google.com.pe/maps/place/San+Miguel/

7.1.2 Clima

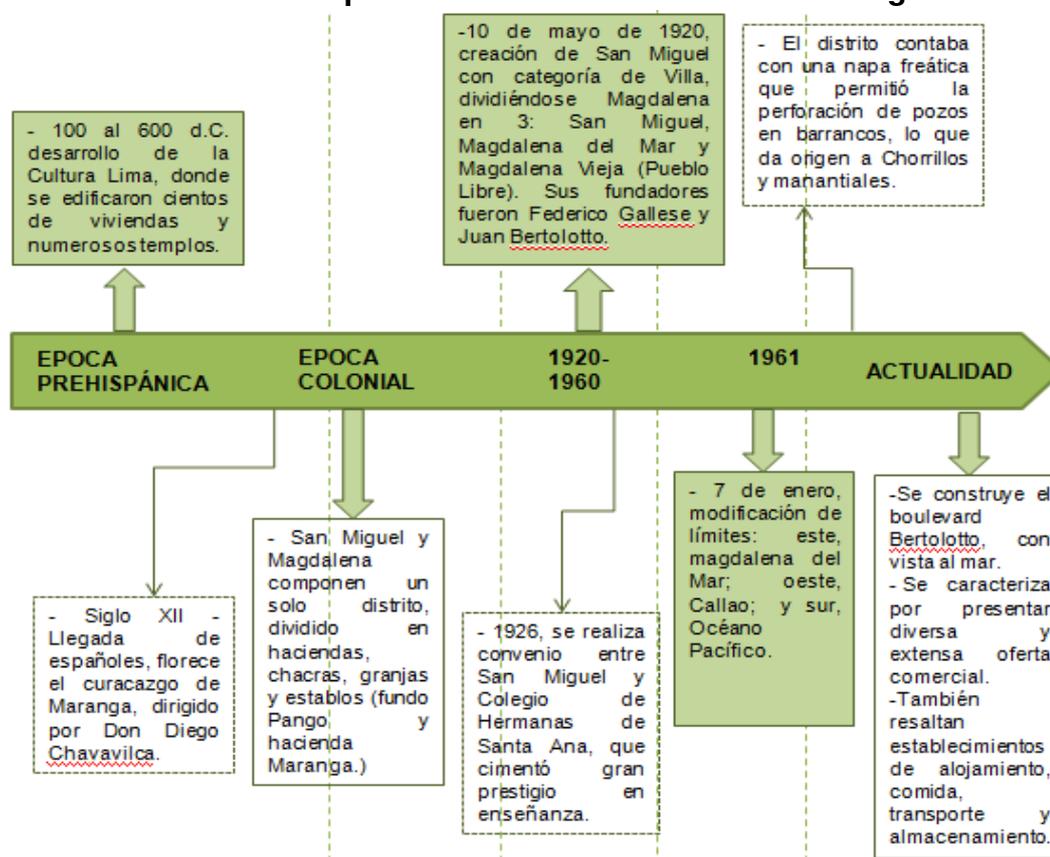
La zona costera es cálida en el verano; y templada, con mucha humedad y muy escasas precipitaciones pluviales en el invierno. Estas características son determinadas por la presencia de la fría corriente de Humbolt a lo largo del litoral peruano. Ella define la carencia casi absoluta de lluvias, del alto grado de humedad que llega hasta un 98%, y las moderadas temperaturas que son típicas de la Costa central. (Subgerencia de Defensa Civil, 2015, p.9)

Su temperatura promedio anual es de 18.2º C, en verano llega hasta los 28º C y en invierno desciende hasta los 13º C. La temporada de mayor humedad es de junio a setiembre.

7.1.3 Historia

GRÁFICO 7.1

Línea de tiempo de historia del distrito de San Miguel



Fuente: https://es.wikipedia.org/wiki/Distrito_de_San_Miguel. Elaboración propia.

7.1.4 Configuración urbana

Los ejes viales de las avenidas La Marina, Universitaria y Elmer Faucett, se configuran como sus principales ejes comerciales. La intersección de las dos primeras es el más importante, ahí se localiza el Centro Comercial Plaza San Miguel. El distrito alberga a la Pontificia Universidad Católica del Perú y la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, colegios como el "Claretiano", Colegio Peruano - Chino "Diez de Octubre", "Juan XXIII", "San Charbel", el Instituto Cultural Peruano Norteamericano y la Institución Educativa Emblemática "Bartolomé Herrera", la ex Feria del Hogar (actualmente, Open Plaza), grandes condominios como "Parques de la Huaca" y el zoológico Parque de las Leyendas.

7.2 Centro Comercial Plaza San Miguel

7.2.1 Localización

Wikipedia (s.f), indica que el centro comercial Plaza San Miguel está ubicado en la ciudad de Lima, distrito de San Miguel, con dirección en Av. La Marina 2000, en la intersección de dos de las principales avenidas de Lima, avenida La Marina y avenida Universitaria. Debido a esta ubicación estratégica, recibe una gran cantidad de visitas de distritos vecinos como Pueblo Libre, Magdalena del Mar y el Callao; además de turistas, por la cercanía al Aeropuerto Internacional Jorge Chávez.

FIGURA 7.2

Plano de localización de centro comercial Plaza San Miguel



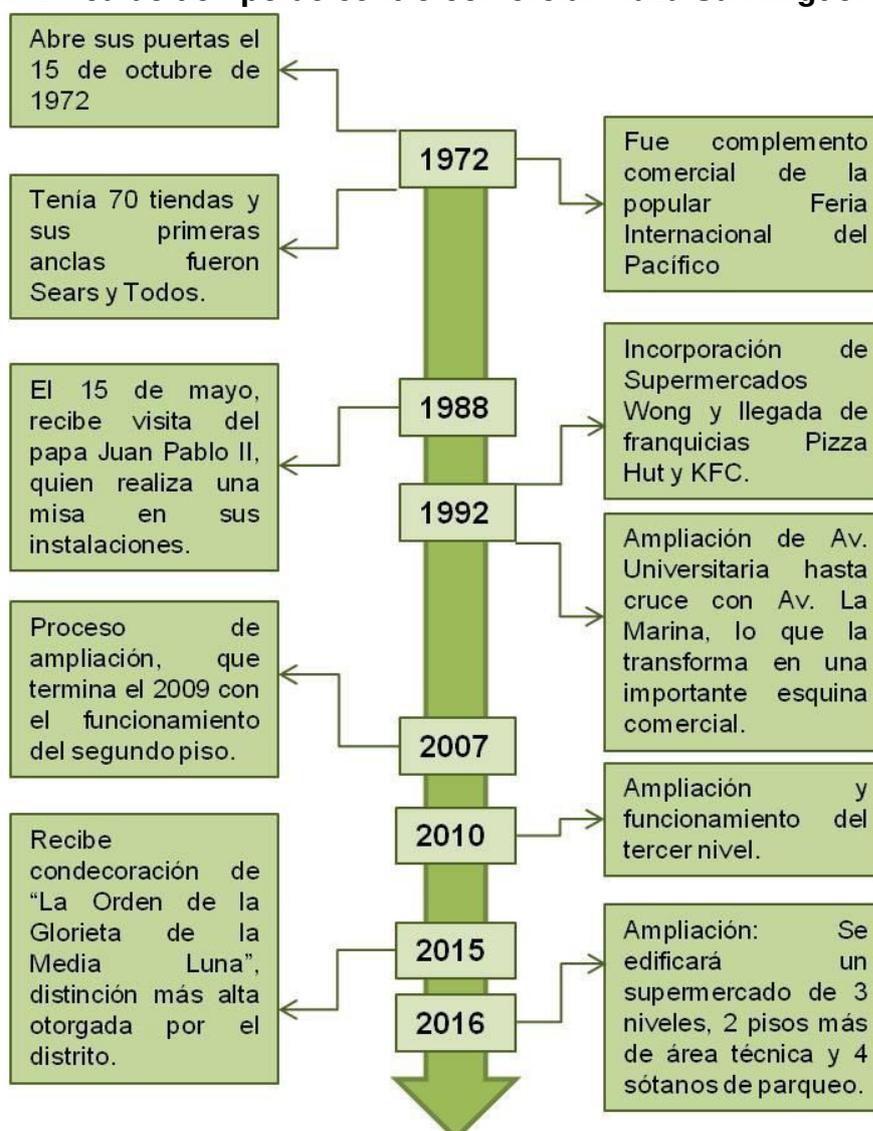
Fuente: Google Maps. **Elaboración propia.**

7.2.2 Historia

El centro comercial Plaza San Miguel es el emporio comercial más antiguo de la ciudad de Lima, con una vigencia de 40 años en la actualidad. La propiedad del terreno donde se ubica pertenece a la Pontificia Universidad Católica del Perú. Cuenta actualmente con más de 170 tiendas, razón por la que es uno de los centros comerciales con mayor concurrencia en el Perú; se estima que su afluencia de público supera las 12 millones de personas cada año.

GRÁFICO 7.2

Línea de tiempo de centro comercial Plaza San Miguel



Fuente: https://es.wikipedia.org/wiki/Centro_Comercial_Plaza_San_Miguel. **Elaboración propia.**

7.2.3 Características generales

CUADRO 7.1
Características generales del C. C. Plaza San Miguel

CARACTERÍSTICAS		DESCRIPCIÓN	
Nº DE PISOS		3 + 4 sótanos	
ESTACIONAMIENTO		Playa + 4 sótanos	
VÍAS DE ACCESO		Av. Universitaria, Av. La Marina, Av. Riva de Agüero	
EQUIPAMIENTO		SIST. CONTRAINCENDIOS	
- Ascensor	X	- Alarma contraincendios	X
- Escalera integrada	X	- Sistema de rociadores	X
- Escalera mecánica	X	- Gabinetes contraincendios	X
- Grupo electrógeno	X	- Sensores de humo	X
- Aire acondicionado	X	- Siamesa	X
		- Extintores	X
SISTEMAS DE EVACUACIÓN		SISTEMAS DE SEGURIDAD	
- Escalera de evacuación	X	- Cámaras de seguridad	X
- Señalización	X	- Seguridad centralizada	X
- Salidas de emergencia	X	- Agentes de seguridad	X

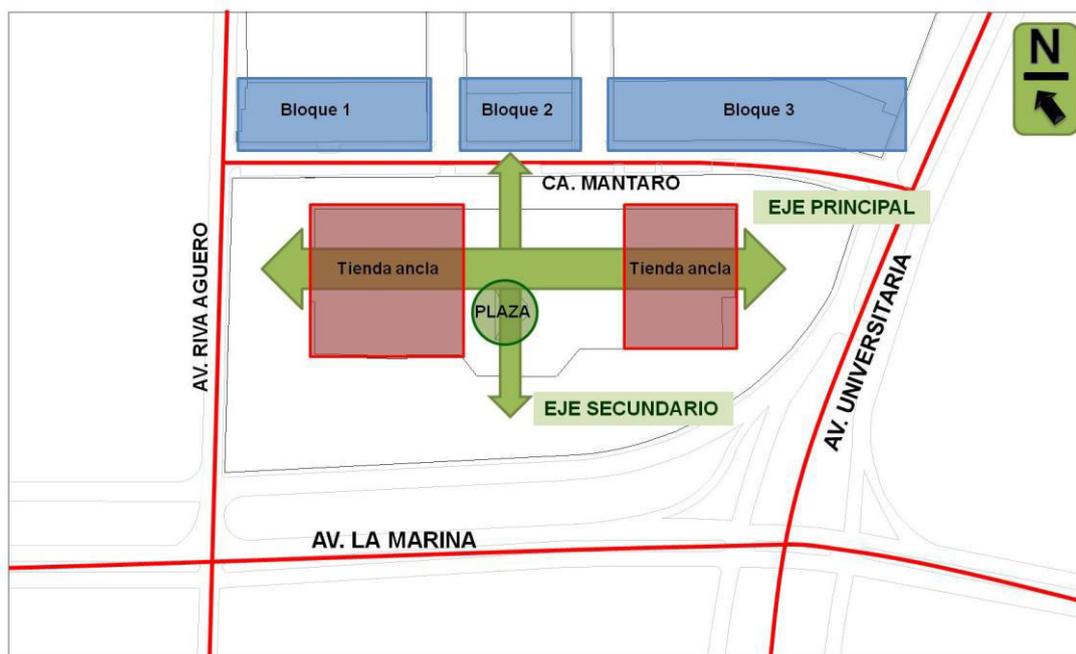
Elaboración propia

7.2.4 Emplazamiento

Plaza San Miguel fue emplazado entre dos de las avenidas más importantes de Lima, asumiendo como eje importante la avenida La Marina, por donde se propuso el acceso principal. Paralelo a este eje, se generó un bloque rectangular de un solo nivel, en el cual se implantaron las tiendas anclas Sears (actualmente Saga Falabella) y Todos (actualmente Wong), ubicadas a cada extremo del mismo (Ver Figura N° 7.3); adicionalmente surge un eje secundario perpendicular al bloque, en la intersección de ambos se plantea una plaza central sin techar, lugar donde conllevan todas los accesos y que se convertirá en el punto de encuentro de los visitantes.

Posteriormente se incrementaron al centro comercial, parte de las tres manzanas que se encuentran ubicadas cruzando la calle Mantaro y se realizaron ampliaciones en el bloque principal.

FIGURA 7.3
Emplazamiento de C.C. Plaza San Miguel



Elaboración propia.

7.2.5 Entorno urbano

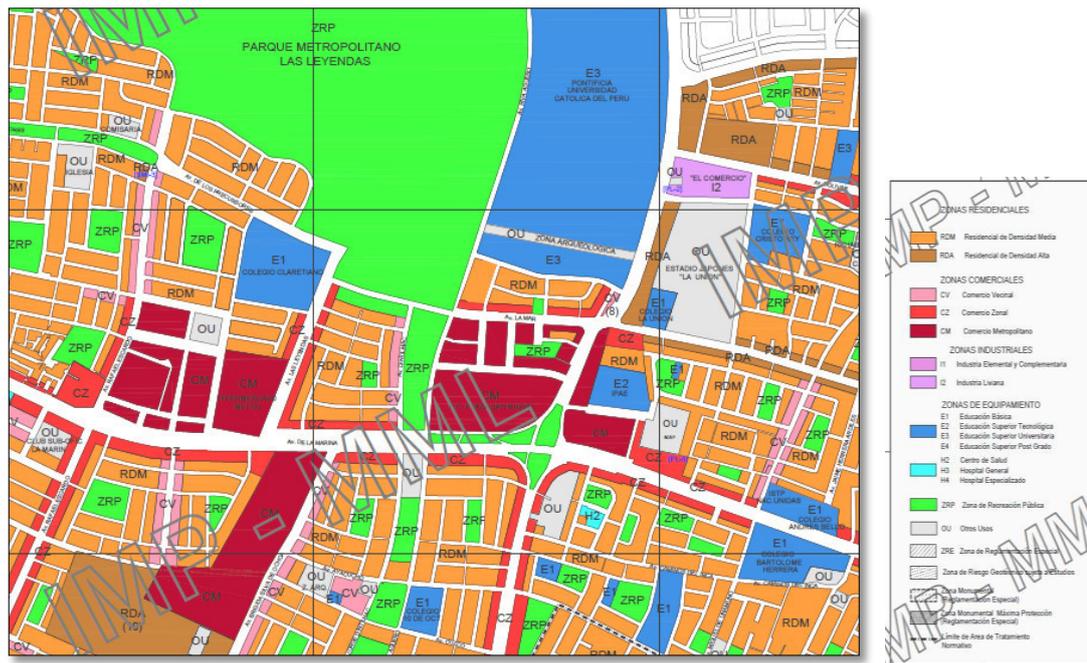
El centro comercial tiene un entorno urbano variado desde comercio metropolitano, vivienda de densidad media, colegios e institutos y zonas de recreación pública (Ver Gráfico N° 7.4). Plaza San Miguel es eje de desarrollo comercial y urbano del distrito, de manera que ha potenciado el atractivo de sus zonas de influencia. Los principales elementos que distinguen, caracterizan y que forman parte importante del entorno urbano del centro comercial son:

- Parque de la Leyendas: punto importante por ser uno de los lugares más visitados de la capital y ocupar una gran área de éste.
- Pontificia Universidad Católica del Perú: es uno de los hitos del distrito, ya que por su función trae a miles de personas de diferentes partes de Lima, generando un movimiento diario en la Av. Universitaria.

- Comercio metropolitano: dentro del cual se ubican el Open plaza (Ex Feria del Hogar), Metro de La Marina, Hiraoka y galerías comerciales cercanas a Plaza San Miguel.

- Zonas de recreación pública: las áreas verdes forman un papel importante en el distrito, ya que éste contiene parques que forman parte de las zonas residenciales y comerciales.

FIGURA 7.4
Entorno urbano de C.C. Plaza San Miguel



Fuente: Plano de Zonificación de Lima Metropolitana San Miguel. Instituto Metropolitano de Planificación - Municipalidad Metropolitana de Lima. Junio 2017

7.2.6 Zonificación

En el centro comercial se identifican seis zonas de acuerdo a la función que desarrollan en su interior (Ver Gráfico N° 7.5, Gráfico N° 7.6, Gráfico N° 7.7 y Gráfico N° 7.8), estas son:

- Zona Comercial: contiene dos tiendas por departamento (Saga Falabella y Ripley), supermercado (Wong), restaurantes y locales de comida rápida (Chilis, Bambos, Pardos, otros), tiendas de ropa, calzado y accesorios, joyerías, telefonía, farmacias (ubicadas en la zona financiera), otros.

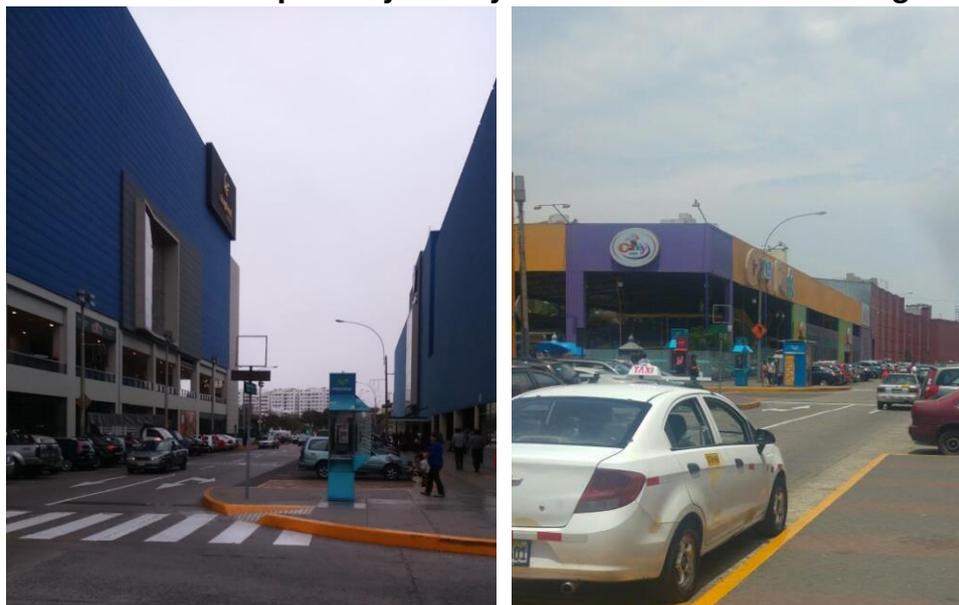
FOTO 7.1
Tiendas comerciales - C.C. Plaza San Miguel



Fuente propia

- Zona de ocio: principalmente ubicada en el primer nivel, en los bloques que se encuentran cruzando la calle Mantaro, Cineplanet y Coney Park; en el tercer nivel del bloque principal se encuentran las salas prime de Cineplanet y City Toys (área de juegos para niños).

FOTO 7.2
Vista exterior de Cineplanet y Coney Park - C.C. Plaza San Miguel



Fuente propia

- Zona Financiera: ubicada cruzando la Calle Mantaro (manzana central). Aquí encontramos agencias bancarias de los bancos BBVA Continental, BCP, Interbank y Scotiabank; además de dos farmacias y una tienda de Movistar.

FOTO 7.3
Zona financiera - C.C. Plaza San Miguel



Fuente propia

- Zona de recreación: actualmente el centro cuenta con dos plazas, una en la parte central del primer nivel y otra en el segundo nivel, que colinda con la calle Mantaro y que se encuentra junto al área de comidas; en ambas se realizan presentaciones de bandas u otros shows.

FOTO 7.4
Plaza principal y plaza de zona de comidas - C.C. Plaza San Miguel

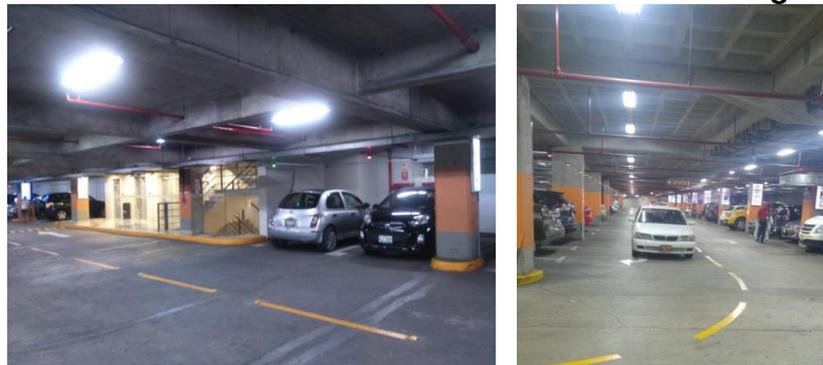


Fuente propia

- Zona de servicios generales: ubicados en el lado posterior del centro, hacia la calle Mantaro; en el primer piso hay diversas instalaciones de servicios,

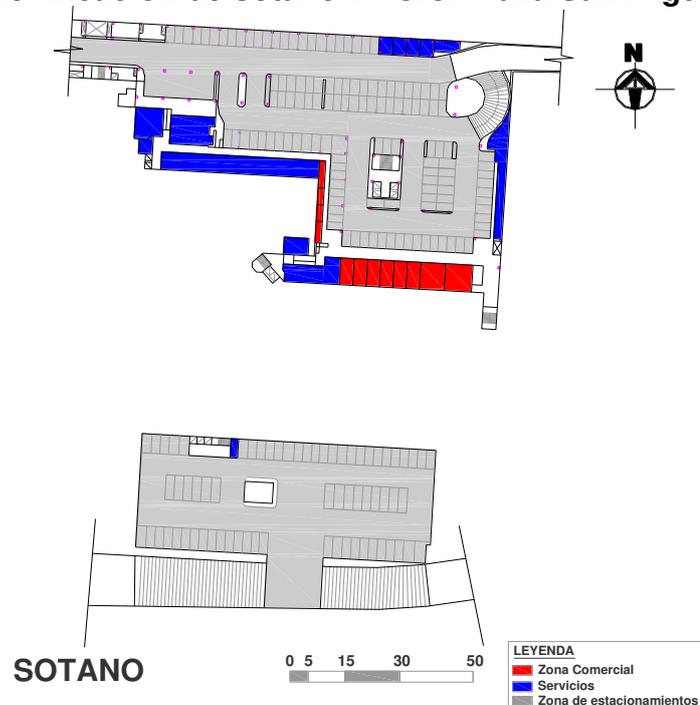
además de accesos que permiten abastecer a las galerías comerciales en todos los niveles. El centro comercial cuenta con dos áreas para estacionamientos, una en el primer nivel ubicada al costado de Saga Falabella y otra en los cuatro sótanos, divididos en dos sectores (debajo de la zona norte del centro y debajo de la tienda Ripley), ambos tienen el ingreso y salida por la Avenida Riva Agüero y Av. La Marina.

FOTO 7.5
Estacionamiento de sótano 01 - C.C. Plaza San Miguel



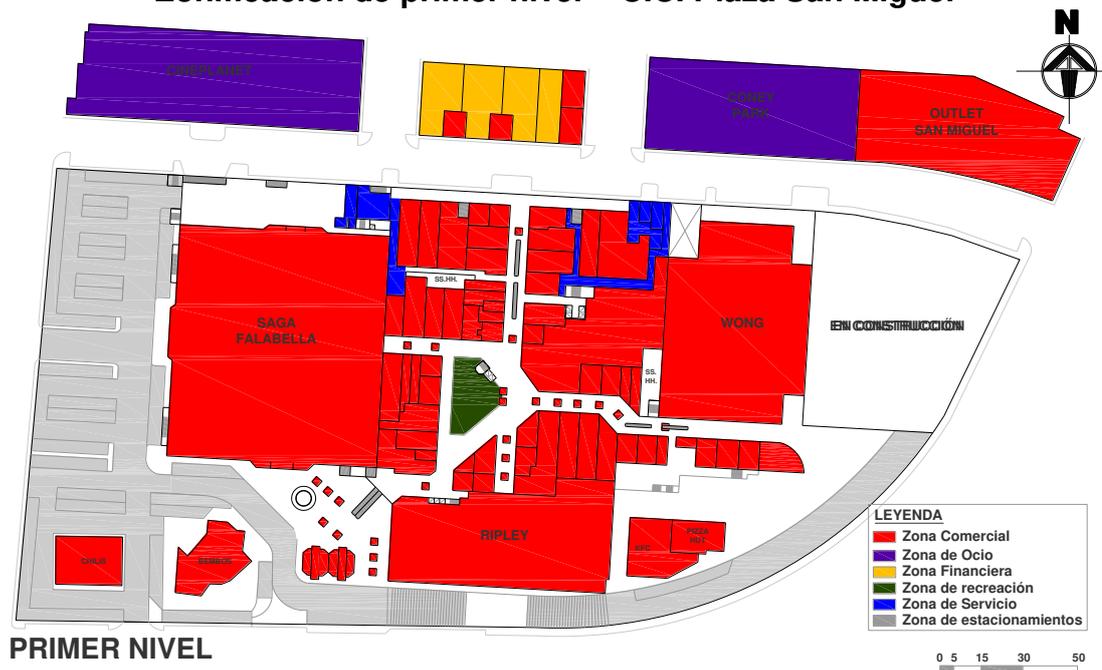
Fuente propia

FIGURA 7.5
Zonificación de sótano 1 - C.C. Plaza San Miguel



Elaboración propia.

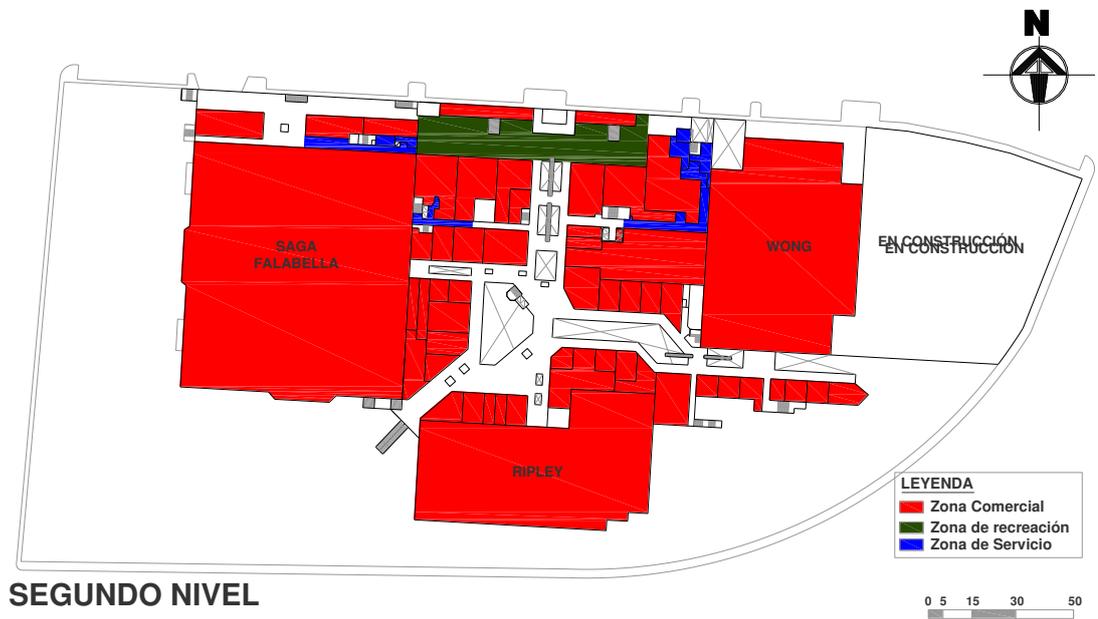
FIGURA 7.6
Zonificación de primer nivel - C.C. Plaza San Miguel



PRIMER NIVEL

Elaboración propia.

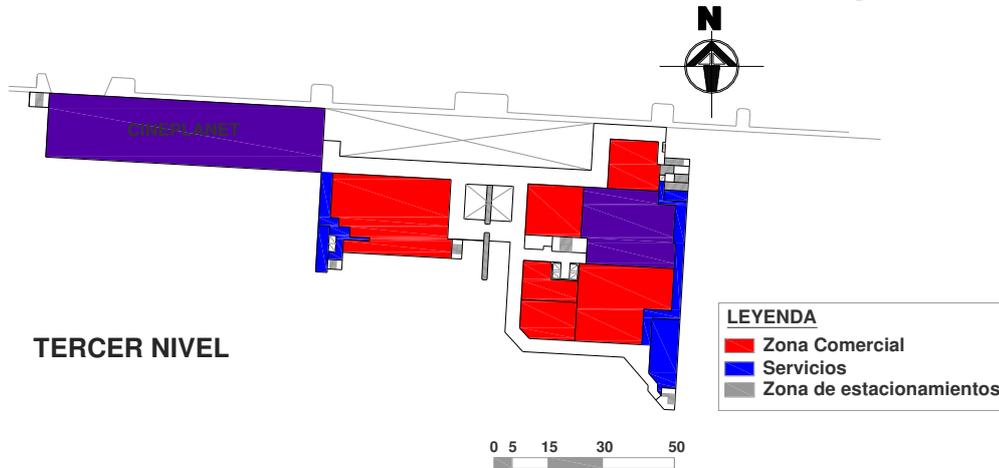
FIGURA 7.7
Zonificación de segundo nivel - C.C. Plaza San Miguel



SEGUNDO NIVEL

Elaboración propia.

FIGURA 7.8
Zonificación de tercer nivel - C.C. Plaza San Miguel



Elaboración propia.

7.2.7 Circulaciones

El centro comercial presenta tanto circulaciones horizontales como verticales, mediante las cuales se pueden acceder a los diferentes locales comerciales que contiene. Se ingresa al centro desde las tres avenidas y calle que lo colindan, el ingreso principal se ubica en la Av. La Marina, y los otros tres en la Av. Universitaria, Av. Riva Agüero y Ca. Mantaro (Ver Foto N° 7.6, Foto N° 7.7, Foto N° 7.8, Foto N° 7.9).

FOTO 7.6
Ingreso principal de Av. La Marina - C.C. Plaza San Miguel



Fuente propia

FOTO 7.7

Ingreso desde calle Mantaro - C.C. Plaza San Miguel



Fuente propia

FOTO 7.8

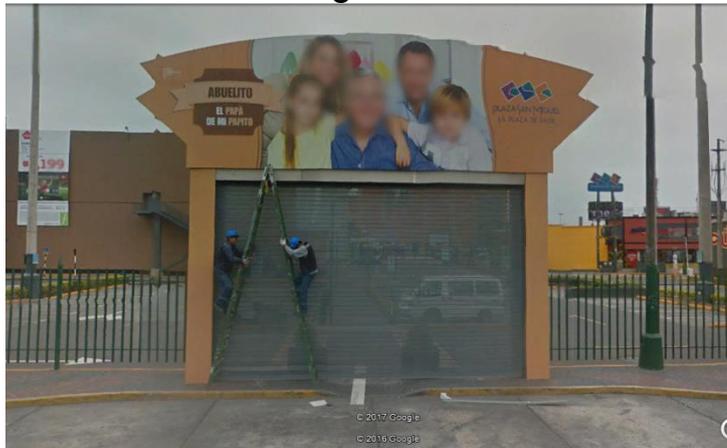
Ingreso desde Av. Universitaria - C.C. Plaza San Miguel



Fuente propia

FOTO 7.9

Ingreso desde Av. Riva Agüero - C.C. Plaza San Miguel



Fuente: Google Maps. Junio 2015

Las circulaciones verticales (Ver Figura N° 7.10) que nos permiten acceder a todos los niveles se dan mediante tres formas: escaleras mecánicas ubicadas en tres puntos, una en el ingreso principal y dos en la zona interna (Ver Foto N° 7.10 y N° 7.11); escaleras integradas, ubicadas dos hacia la Calle Mantaro, una en la plaza central y una en el ingreso principal (Ver Foto N° 7.10, Foto N° 7.12 y Foto N° 7.13); y finalmente mediante ascensores ubicados en la plaza central, en el pasadizo que da hacia la calle Mantaro y cerca del ingreso principal, al costado de Ripley (Ver Foto N° 7.13, Foto N° 7.14 y Foto N° 7.15).

FOTO 7.10
Escaleras en ingreso principal - C.C. Plaza San Miguel



Fuente propia

FOTO 7.11
Escaleras mecánicas internas - C.C. Plaza San Miguel



Fuente propia

FOTO 7.12
Escaleras integradas en calle Mantaro - C.C. Plaza San Miguel



Fuente propia

FOTO 7.13
Escalera y ascensores en plaza principal - C.C. Plaza San Miguel



Fuente propia

FOTO 7.14
Ascensores internos en pasadizo - C.C. Plaza San Miguel



Fuente propia

FOTO 7.15
Ascensores al costado de Ripley - C.C. Plaza San Miguel



Fuente propia

La circulación de servicio permite al personal poder abastecer cada uno de los locales comerciales, de manera que ésta no se cruce con la circulación del público (Ver Figura N° 7.9, Figura N° 7.10, Figura N° 7.11 y Figura N° 7.12).

Finalmente, como todo centro de uso público requiere de circulaciones y salidas de emergencia para evacuar, Plaza San Miguel tiene ubicado en zonas específicas cercanas a la calle, estas circulaciones (Ver Figura N° 7.9, Figura N° 7.10, Figura N° 7.11 y Figura N° 7.12).

FIGURA 7.9
Circulaciones del sótano - C.C. Plaza San Miguel

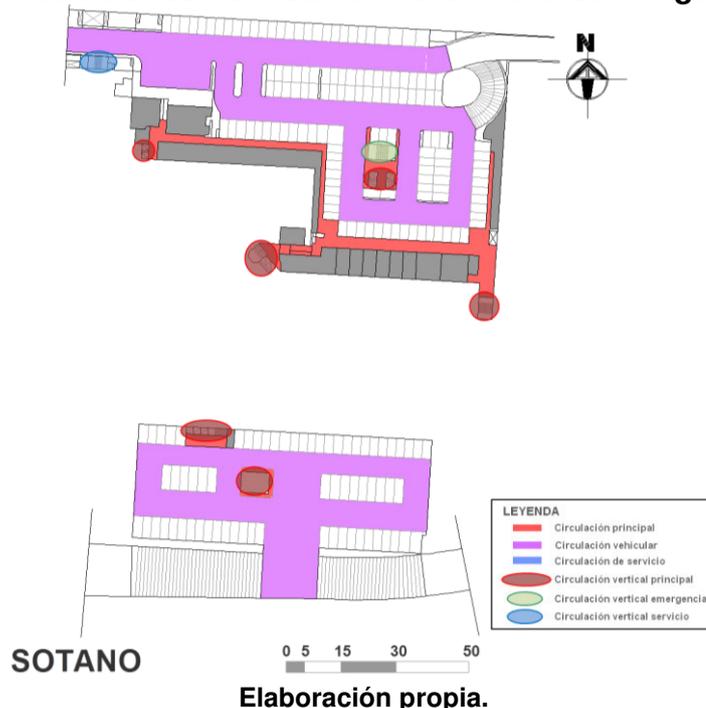
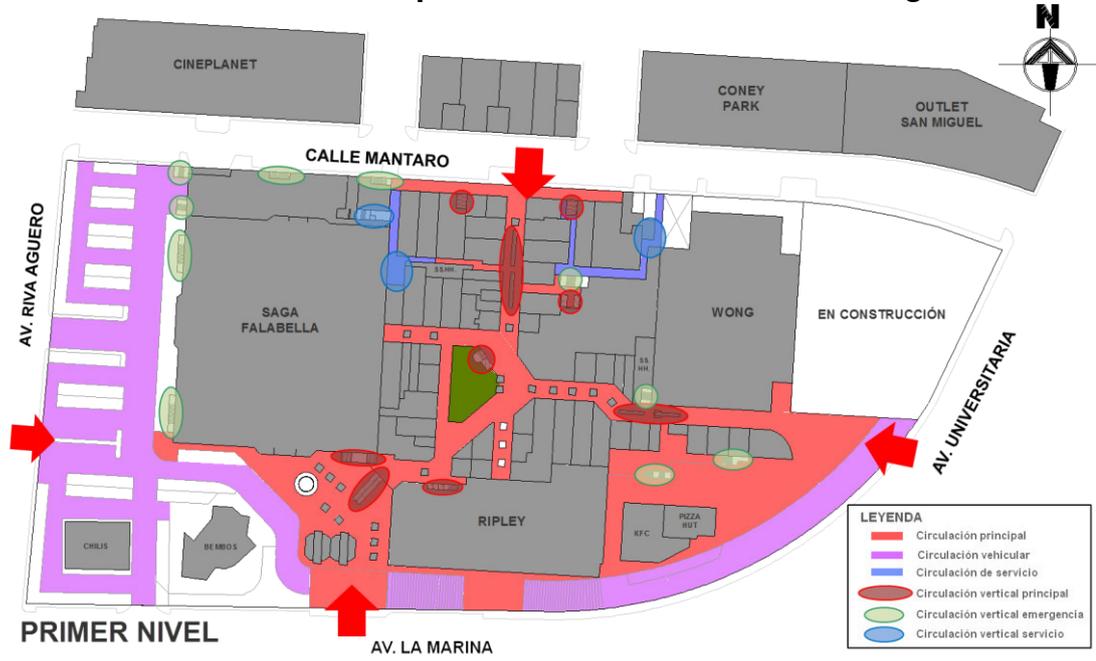


FIGURA 7.10
Circulaciones del primer nivel - C.C. Plaza San Miguel



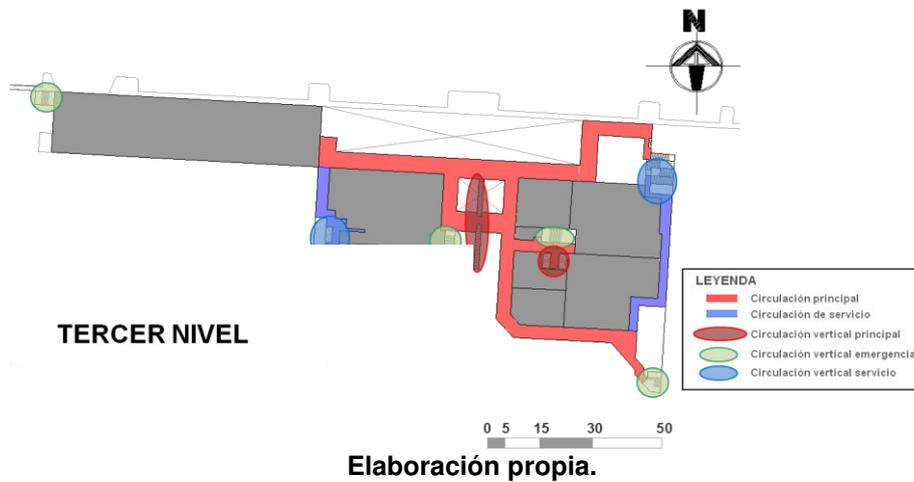
Elaboración propia.

FIGURA 7.11
Circulaciones del segundo nivel - C.C. Plaza San Miguel



Elaboración propia.

FIGURA 7.12
Circulaciones de tercer nivel - C.C. Plaza San Miguel

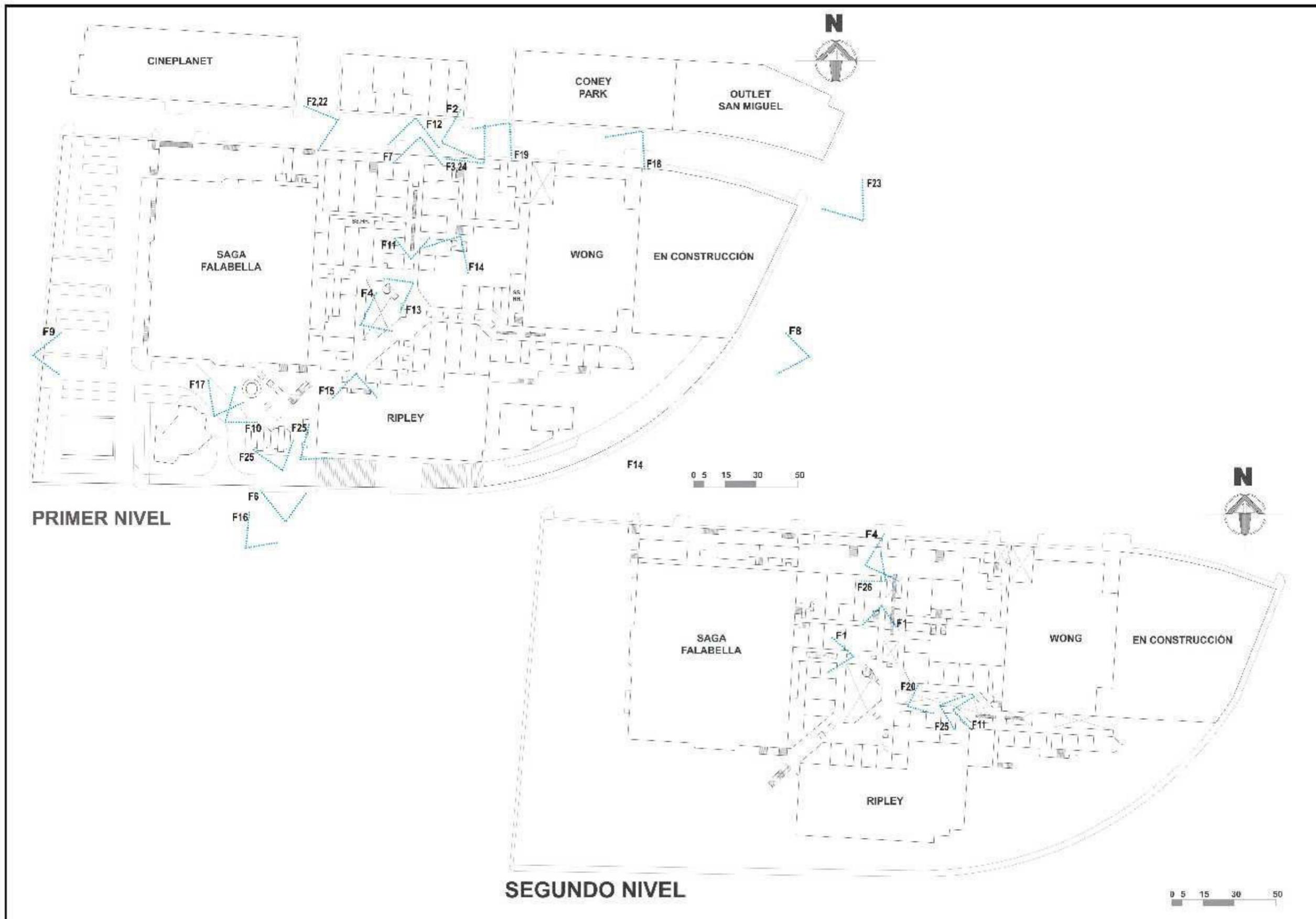


7.2.8 Sistema estructural

El sistema estructural empleado para la construcción del centro comercial es aporticado con columnas, vigas y losas de concreto armado o encasetonado para los techos; el modulo empleado para la distribución de la estructura varía desde 7.20m hasta 8.00m, teniendo en cuenta, los espacios requeridos para los estacionamientos ubicados en los sótanos.

FIGURA 7.13
Sistema estructural primer nivel - C.C. Plaza San Miguel





7.2.9 Cerramiento y materiales:

El centro comercial tiene dos tipos de cerramiento: las placas livianas que forman bloques cerrados y el vidrio que permite tener visuales y/o observar los productos que ofrecen las tiendas.

Bloque central:

- Tiendas por departamento Saga Falabella y Ripley: debido al carácter comercial que tienen, se han formado bloques cerrados. (Ver Figura N° 7.16 y Figura 7.17)

FOTO 7.16

Vista exterior de Ripley - C.C. Plaza San Miguel



Fuente propia

FOTO 7.17

Vista exterior de Saga Falabella - C.C. Plaza San Miguel



Fuente propia

- Supermercado Wong: Antes de la ampliación del centro comercial, en la fachada colindante con la Av. Universitaria, el cerramiento era vidriado porque contenía las cajas del supermercado en el primer nivel y zona de mesas en el segundo nivel; permitiéndoles una mejor visual del exterior. En sus otros lados se colocó cerramiento de placas livianas. (Ver Figura N° 6.18). Actualmente se construye un edificio de 8 pisos hacia la Av. Universitaria.

FOTO 7.18
Vista exterior de Wong - C.C. Plaza San Miguel



Fuente propia

- Tiendas hacia Calle Mantaro: los locales ubicados hacia esta calle tienen un cerramiento vidriado que les permite conectarse con ella, al igual que el segundo nivel, en la zona de restaurantes que dan hacia la plaza interna, la cual es aprovechada por estos para generar terrazas conectadas al local.

FOTO 7.19
Vista exterior de galerías hacia Ca. Mantaro - C.C. Plaza San Miguel



Fuente propia

- Tiendas internas: localizadas a lo largo de las circulaciones y plazas tienen cerramiento vidriado con el fin de poder exhibir sus productos a los usuarios.

FOTO 7.20

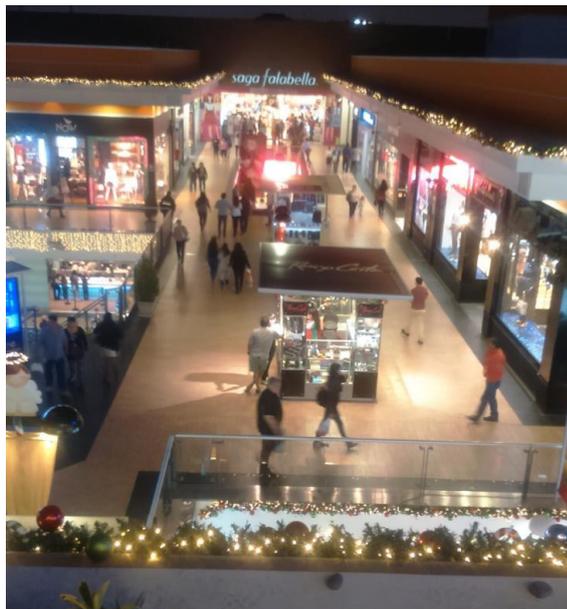
Vista de galerías internas lado este - C.C. Plaza San Miguel



Fuente propia.

FOTO 7.21

Vista de galerías internas lado oeste - C.C. Plaza San Miguel



Fuente propia.

Manzanas separadas

- Cineplanet y outlet: estos bloques ubicados cruzando la calle Mantaro presentan cerramiento de placas livianas, que los convierten en bloques sólidos.

FOTO 7.22

Vista exterior de Cineplanet - C.C. Plaza San Miguel



Fuente propia

FOTO 7.23

Vista exterior de Outlet - C.C. Plaza San Miguel



Fuente: Google Maps, 2015

- Zona financiera: este bloque ubicado en la manzana central cruzando la Calle Mantaro, debido a la función que desarrollan, presentan un cerramiento vidriado.

FOTO 7.24
Vista exterior de zona financiera - C.C. Plaza San Miguel



Fuente propia

En cuanto a los materiales que se utilizan en el centro comercial prevalece el concreto armado para placas, columnas, vigas y losas que forman parte del sistema estructural; placas livianas y vidrio para cerramientos, perfiles de acero que permiten sostener coberturas livianas tanto de madera como policarbonato y finalmente acero inoxidable, perfiles de acero y vidrio para las barandas.

FOTO 7.25
Cerramiento y barandas - C.C. Plaza San Miguel



Fuente propia

FOTO 7.26
Coberturas livianas - C.C. Plaza San Miguel

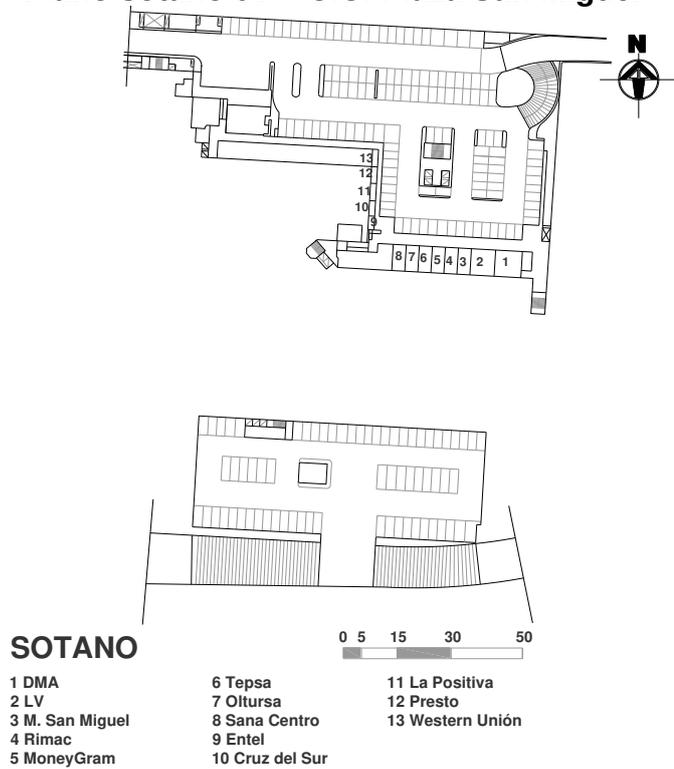


Fuente propia

7.2.10 Planos

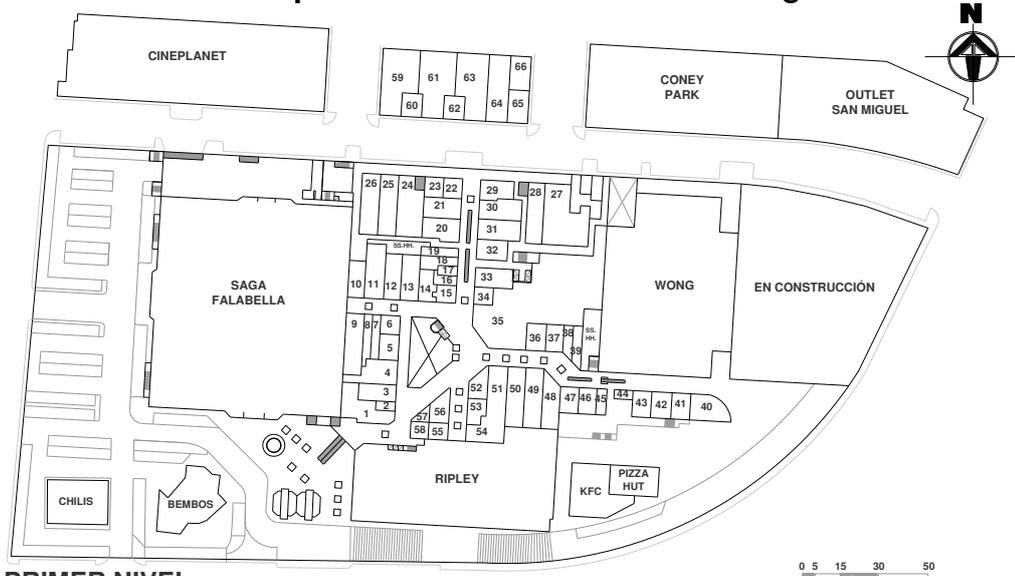
El centro comercial tiene tres niveles de tiendas comerciales y cuatro sótanos para estacionamientos, todos con la misma distribución, salvo que el primer sótano cuenta con algunos módulos comerciales.

FIGURA 7.14
Plano sótano 01 - C.C. Plaza San Miguel



Elaboración propia.

FIGURA 7.15
Plano primer nivel - C.C. Plaza San Miguel

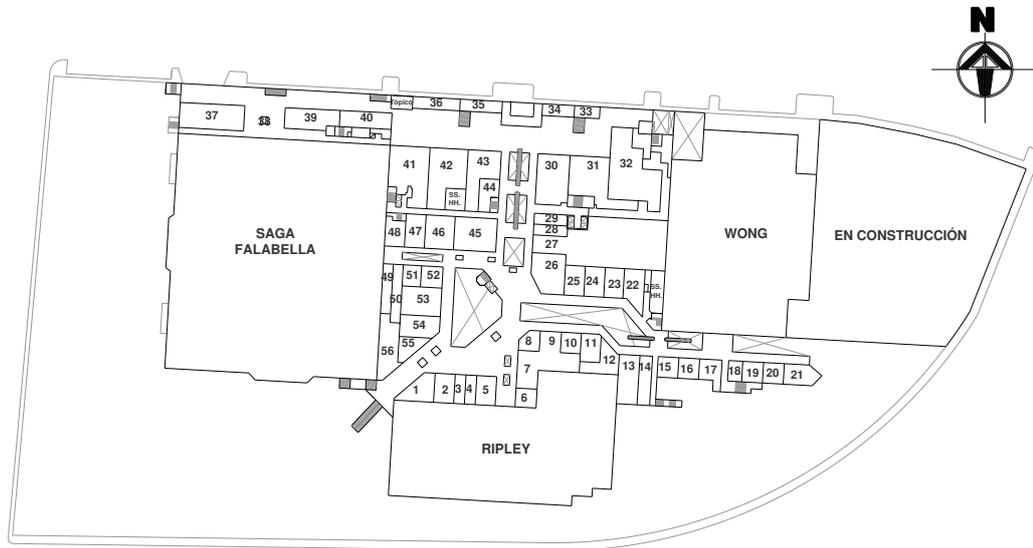


PRIMER NIVEL

- | | | | | | |
|---------------------|-----------------------|------------------|------------------|--------------------|---------------------|
| 1 Laritza | 12 Joaquin Miro | 23 Converse | 36 Hush Pupies | 47 Cat | 58 Life it |
| 2 Hallmark | 13 Náutica | 24 Baby Infanti | 37 Eyes ilusion | 48 Trial | 59 BBVA |
| 3 Bugui | 14 Perfumerias Unidas | 25, 26, 27 LV | 38 Crackers | 49 LV | 60 Laboratorios ROE |
| 4 Menta y Chocolate | 15 Bruno Ferrini | 28 Crisol | 39 I 47 street | 50 Éi | 61 BCP |
| 5 Company | 16 LV | 29 Dunkin Donuts | 40 Zugati | 51 Triathlon Sport | 62 Mi Farma |
| 6 Pinkberry | 17 Aldito Blas | 30 Reebok | 41 Qality Store | 52 LV | 63 Interbank |
| 7 Amphora | 18 Crocss | 31 Bata | 42 Strata | 53 Dunkelvolk | 64 Scotiabank |
| 8 Vision Center | 19 Big Head | 32 Dockers | 43 Platanitos | 54 Aramis | 65 Inkafarma |
| 9 Tayless | 20 Marathon | 33 Paez | 44 Rosatel | 55 Phanton | 66 Movistar |
| 10 Renzo Costa | 21 Billabong | 34 MAC | 45 Espinoza Joy. | 56 Levis | |
| 11 GMO | 22 Coliseum City | 35 Casa e Ideas | 46 Guante | 57 Lucitane | |

Elaboración propia.

FIGURA 7.16
Plano segundo nivel - C.C. Plaza San Miguel

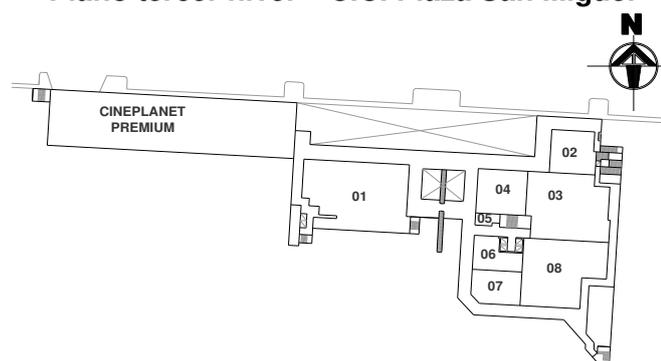


SEGUNDO NIVEL

- | | | | | | |
|-----------------|----------------|-----------------|-----------------------|-------------------|------------------|
| 1 Mercurial | 11 Doit | 21 Gelarti | 31 Long Horn | 41 Segundo Muelle | 51 Pioner |
| 2 I shop | 12 RKF | 22 Imaginarium | 32 Pardos Chiken | 42 Tanta | 52 Now |
| 3 Ilaria | 13 Coolbox | 23 Samsonite | 33 Jaleo | 43 Sofá Café | 53 Justice |
| 4 Tous | 14 Converse | 24 Van Heusen | 34 Toku | 44 LV | 54 Crepier |
| 5 Velez | 15 Segue | 25 Kenneth Cole | 35 La Lucha | 45 Tommy Hilfiger | 55 Kids made her |
| 6 Leonisa | 16 Mbo | 26 Guess | 36 Frutix | 46 Pierre Cardin | 56 Starbucks |
| 7 Adidas | 17 Latam | 27 Topitop | 37 LV | 47 Exit | |
| 8 G y G joyeros | 18 Econolentes | 28 Baby Club | 38 Cineplanet Premium | 48 Skechers | |
| 9 Renzo Costa | 19 LV | 29 Next level | 39 Papa Jhons | 49 Ecco | |
| 10 Mae Alcott | 20 Gzuck | 30 La Tratoria | 40 Lucio Café | 50 Azaleia | |

Elaboración propia.

FIGURA 7.17
Plano tercer nivel - C.C. Plaza San Miguel



TERCER NIVEL

- | | | |
|--------------|----------------|---------|
| 1 La Bisteca | 4 Aramis | 7 Lego |
| 2 Movistar | 5 Hush Puppies | 8 Claro |
| 3 City Tous | 6 Entel | |

0 5 15 30 50

Elaboración propia.

7.2.11 Programa arquitectónico

CUADRO N° 7.2
Cuadro de áreas de primer nivel - C.C. Plaza San Miguel

ZONAS	ÁREA	%
Zona comercial - tiendas	23,024.91	33.68
Zona comercial - restaurantes	1,964.85	2.87
Zona de icio	12,916.67	18.89
Zona financiera	2,432.98	3.56
Circulación interior + plazas	10,468.80	15.31
Zona de estacionamiento + área exterior	16,731.01	24.47
Zona de servicios	828.81	1.21
TOTAL	68,368.03	100

Elaboración propia

CUADRO N° 7.3
Cuadro de áreas de segundo nivel - C.C. Plaza San Miguel

ZONAS	ÁREA	%
Zona comercial - tiendas	17,128.88	68.34
Zona comercial - restaurantes	2,512.13	10.02
Circulación interior + plazas	4,792.11	19.12
Zona de servicios	632.19	2.52
TOTAL	25,065.31	100

Elaboración propia

CUADRO N° 7.4
Cuadro de áreas de tercer nivel - C.C. Plaza San Miguel

ZONAS	ÁREA	%
Zona comercial - tiendas	1,204.79	21.50
Zona comercial - restaurantes	686.65	12.25
Zona de ocio	1,904.42	33.99
Circulación interior + plazas	1,366.38	24.39
Zona de servicios	441.06	7.87
TOTAL	5,603.30	100

Elaboración propia

CUADRO N° 7.5
Cuadro de áreas de sótano 01 - C.C. Plaza San Miguel

ZONAS	ÁREA	%
Zona de estacionamientos	6,221.89	70.35
Circulación interior	1,598.81	18.08
Zona comercial	320.70	7.95
Zona de servicio	703.10	3.63
TOTAL	8,844.50	100

Elaboración propia

CUADRO N° 7.6
Cuadro de áreas de sótano 02, 03 y 04 - C.C. Plaza San Miguel

ZONAS	ÁREA	%
Zona de estacionamientos	18,665.66	70.35
Circulación interior	4,796.43	18.08
Zona de servicio	3,071.41	11.58
TOTAL	26,533.51	100

Elaboración propia

CUADRO N° 7.7
Cuadro de áreas resumen - C.C. Plaza San Miguel

ZONAS	ÁREA	%
Zona comercial - tiendas	41,679.27	36.68
Zona comercial - restaurantes	5,163.63	4.46
Zona de ocio	14,821.09	12.26
Zona financiera	2,432.98	2.09
Circulación interior + plazas	23,022.53	8.08
Zona de estacionamientos + área exterior	41,618.56	31.43
Zona de servicios	5,676.58	5.00
TOTAL	134,414.65	100

Elaboración propia.

CAPÍTULO VIII: SÍNTESIS

8.1 Conclusiones:

Marco teórico

Referentes de la investigación

- Los centros comerciales y de ocio en España, se encuentran localizados en zonas industriales que alojan equipamientos comerciales, de servicios, y en zonas turísticas. En nuestro país se encuentran en avenidas altamente comerciales y turísticas.
- En los centros extranjeros, las vías de acceso para llegar a estos centros son avenidas grandes que permiten conectar las diversas comunidades, pero los accesos principales se plantean en vías secundarias. En Perú, se aprovechan las avenidas importantes para plantear el acceso principal.
- Los centros comerciales y de ocio tienen entre dos y tres niveles, además de sótanos para estacionamiento.
- La circulación interior de estos centros, principalmente es lineal debido a las galerías comerciales que tienen en su interior; a excepción de algunos ejemplos como Heron City, Panoramis y Larcomar, donde los restaurantes y locales de ocio se encuentran alrededor de una plaza; Plaza San Miguel tiene una configuración de ambos, ya que también se forman galerías, pero éstas nos permiten llegar a una plaza central, donde se realizan presentaciones y además funciona como punto de encuentro.
- En la mayoría de los centros comerciales y de ocio analizados de España, prevalecen las áreas de ocio, sin embargo en nuestro país sigue siendo el locomotor principal de estos centros, el comercio; por eso no existe ningún centro de ocio como tal.
- Los locales de entretenimiento que se plantean en los centros comerciales y de ocio de España son: cine, instalaciones para educación, bolera, parque infantil, gimnasio/spa, complementados con restaurantes y locales de comida rápida. En los ejemplos nacionales tenemos: cine, juegos mecánicos, bolera, complementado con discotecas y restaurantes.

- En España, se agrupa la zonificación de acuerdo a la función que desempeñan los locales, suelen plantearse plantas netamente comerciales y una planta de ocio complementada con restaurantes y bares. A diferencia de nuestro país donde se ubican mezcladas ambas funciones.
- La cantidad de restaurantes que hay en estos centros, varía de 2 a 10.
- Las áreas de los restaurantes de estos centros, se encuentran entre los rangos de 210m² y 380m² aproximadamente.

Bases teóricas

- Sociología del ocio: las personas cada vez consumen un porcentaje superior de ocio. La animación sociocultural tiene como uno de sus fines que el tiempo libre sea aprovechado de forma constructiva y no alienante. Por lo tanto con el proyecto se pretende generar un centro que contenga diversas alternativas de ocio que los pobladores puedan consumir, por lo que invertirán dinero a cambio de satisfacer esta necesidad sea de manera personal, familiar o grupal; pero además contribuirán en su crecimiento personal y social.
- Acupuntura urbana: así como la medicina necesita de la interacción médico y paciente, en urbanismo también es preciso hacer reaccionar a la ciudad. Pinchar un área de tal manera que ella pueda ayudar a curar, mejorar, crear reacciones positivas y en cadena. Chiclayo necesita de la “inyección” de una nueva infraestructura, que funcione como con un equipamiento novedoso y sostenible, concentrando a los ciudadanos y brindándoles nuevas alternativas de ocio que desempeñar en su tiempo libre; esta infraestructura deberá estar complementada con espacios públicos y múltiples áreas verdes, que permitan a los pobladores disfrutar del encuentro con la naturaleza y respirar un aire más puro.
- Funcionalismo: es muy importante que el arquitecto diseñe en relación a la función que el edificio va a cumplir. El proyecto busca que todos los espacios puedan ser funcionales, que desarrollen adecuadamente cada una de las funciones que desempeñan los ambientes, pero que no deje de ser bellos;

esto con el fin de permitir a los usuarios hacer uso de sus instalaciones con mayor facilidad y comodidad.

- Contextualismo: los proyectos arquitectónicos deberían ser deducidos del contexto de las ciudades en que se insertan. Por lo tanto, el proyecto debe considerar el entorno del terreno donde se implante y ejecutar un diseño que respete las diversas características del mismo, de modo que forme parte de él y se vea como un solo conjunto.

Marco normativo

- La normativa vigente del Reglamento Nacional de Edificaciones que se debe considerar para el diseño del proyecto es: Norma A 010 sobre las condiciones generales de diseño, Norma A 070 sobre edificaciones comerciales, Norma A 080 sobre oficinas, Norma A 090 referente a los servicios comunales, Norma A 100 sobre edificaciones de recreación y deporte, Norma A 120 sobre accesibilidad para personas con discapacidad y Norma A 130 sobre los requerimientos de seguridad en edificaciones.

- Adicionalmente se tendrá en cuenta las normativas locales, de la ciudad de Chiclayo, tales como: Reglamento de Acondicionamiento Territorial Urbano de Chiclayo, Reglamento de Ordenamiento ambiental Urbano de Chiclayo, Reglamento para el Sistema Vial Urbano de Chiclayo, Reglamento de Zonificación Urbana de Chiclayo

Evaluación del estado físico natural del distrito de Chiclayo

- La población del distrito de Chiclayo ha crecido progresivamente, teniendo al año 2016, una población de 275,162 habitantes.

- El clima es sub tropical, con temperatura moderada durante casi todo el año, pero calurosa en los meses de verano; con fuertes vientos denominados ciclones. Los vientos son uniformes de Este a Oeste y la salida del sol inicia por el este a partir de las 6:18am y concluye su recorrido sobre el oeste a las 6:18pm.

- La hidrografía del distrito está constituida por 3 acequias principales que lo bordean y atraviesan: Cois, Yortuque y Pullen. De las cuales en la zona sureste de la segunda se presenta riesgo muy alto; y la última presenta riesgo alto por desborde de ésta en lugares topográficamente deprimidos (Urb. del Ingeniero y parte posterior de Senati y Sencico).
- La topografía suave con elevaciones en los cerros Cruz de la Esperanza y Cerropón, ubicados al noroeste del distrito y depresiones topográficas fácilmente inundables, ubicadas en el lado noreste del mismo.
- El 83.84% del área del distrito es urbanizada y el 16.16% no se encuentran actualmente ocupadas por uso urbano, pero es área en posible expansión, apta para habitar.
- El mayor porcentaje, con un 67.48% del distrito presenta **RIESGO BAJO**, lo que indica que en esta área hay pocas probabilidades de sufrir algún riesgo; el área que presenta **RIESGO MEDIO** representa el 11.91% del suelo del distrito de Chiclayo, donde las zonas presentan características de expansividad media a baja, con estratigrafía del suelo medio y semiduro; el 12.67% del suelo del distrito de Chiclayo, es de **RIESGO ALTO**, donde los peligros recurrentes son ocasionados por la acción pluvial y el desborde de acequias (sobre todo de la acequia Pullen) que generan inundaciones críticas en áreas topográficamente deprimidas, así también se presentan peligros como son la alta expansividad, baja capacidad portante y estratigrafía del suelo muy blando; y finalmente el 7.84 % del suelo ubicado en el centro y el sur del distrito de Chiclayo es de **RIESGO MUY ALTO**, siendo afectados por licuación severa ante la ocurrencia de un sismo debido a que presenta depósitos de arena sumergidos en niveles freáticos superficiales.

Diagnóstico del medio físico urbano del distrito de Chiclayo:

- Uso de suelos: el más alto porcentaje corresponde al uso residencial con 30.74%, le sigue otros usos con 22.81%, el uso comercial posee el 4.09%, el uso industrial representa el 0.70%, y finalmente el uso de equipamientos representa el 7.15%.

- Zonificación: en el distrito de Chiclayo es predominante la zonificación residencial, principalmente 3 tipos de viviendas: mediana densidad R3 y R4 y alta densidad R5. El comercio se plantea de dos formas: el centro comercial delimitado por las Avenidas Bolognesi, Luis Gonzáles, Pedro Ruíz y Sáenz Peña; y corredores comerciales en avenidas principales.
- Equipamiento: existe déficit en el equipamiento educativo y el de recreación, mientras que el equipamiento hospitalario se encuentra cubierto y desconcentrado con los últimos hospitales construidos. En cuanto al equipamiento comercial, a pesar de ser un distrito altamente comercial, adolece de este equipamiento.
- Sistema vial: corresponde al esquema de organización radial basado en el trazo original de las vías de comunicación entre Chiclayo y las localidades más importantes de su entorno, complementado con la apertura vial paralela al curso de las acequias Cois, Pulen y Yortuque y con el trazo ortogonal de la trama urbana. Se aprecian tres niveles de jerarquización vial urbana: el primero es el conformado por la carretera Panamericana Norte y que en el área urbana constituye la vía de Circunvalación Oeste; el segundo es el conformado por las principales vías de la ciudad que hacen posible la canalización de los flujos de transporte urbano; y finalmente el tercero es el conformado por las vías de función de apoyo y complementarias.
- Transporte urbano: mediante el estudio del transporte en Chiclayo, realizado por CONSIA en el 2007, se verifica que los modos masivos (micros y combis) son responsables del 15% de los desplazamientos, mientras que los modos no masivos (autos colectivos, taxis y mototaxis) movilizan el 85% de los viajes. Además estos últimos, abundan en la ciudad compitiendo con las rutas de transporte público, lo que genera congestión vial y contaminación auditiva. El transporte masivo se encuentra materializado por los servicios de combis y ómnibus que prestan 15 empresas.
- Los servicios básicos abastecen al distrito de la siguiente manera: la energía eléctrica al 38.34%, el servicio de alcantarillado al 37.29%, y el servicio de agua al 36.56% del distrito.

Estudio de oferta y demanda de zonas de ocio en el distrito de Chiclayo

Oferta

- En el distrito de Chiclayo, el centro que alberga mayor oferta de ocio, es el centro comercial Real Plaza, el cual contiene alternativas de ocio como: gimnasio, cine, juegos mecánicos, discoteca/karaoke y restaurantes.

Restaurantes

- Los restaurantes estudiados muestran que el área promedio que tiene el terreno donde se ubican se encuentra entre 1 y 250m² con 69.57%; el número de pisos que prevalece es de 1 y 2 pisos; el aforo promedio de estos locales está entre 51 y 150 personas, con un porcentaje de 78.26%; y finalmente se encuentran a una distancia cercana al centro de distrito que oscila entre 1 y 700ml, con un porcentaje de 65.22%.

- El tipo de comida que ofrecen principalmente es pescados - mariscos y comida criolla, ambas con un porcentaje de 65.2%; dentro de los servicios adicionales que brindan, tenemos: menú con 69.6% y sala de espera con 30.4%: finalmente el tipo de carta es variada con 69.57%.

- El número de mesas que contienen se encuentran entre 10 y 20 mesas con 43.5%; el tipo de ingreso es diferenciado para personal y para público con 73.9% y los servicios higiénicos de igual manera diferenciado para varones y mujeres con 100%, sin embargo sólo el 8.7% tiene baño independiente para discapacitados.

- En cuanto a equipamiento la mayoría de locales tienen escalera integrada (65.2%) y aire acondicionado (52.2%); el sistema de seguridad que prevalece es sistema contra intrusos con 87.0%, habiendo déficit en salidas de emergencia y sistema contra incendios, debido a que los locales estudiados solo tienen entre 1 y 3 pisos, por lo que no es obligatorio.

Discotecas, bares y karaokes

- Las discotecas estudiadas muestran que el área promedio que tienen está entre 1 y 900m² con 75.0%; el número de pisos promedio es de 1 piso con 83.3%; el aforo oscila entre 1 y 400 persona con un porcentaje de 66.68%; y

finalmente se encuentran a una distancia regular del centro de distrito entre 1201 y 1600ml, con un porcentaje de 58.33%.

- En el tipo de ingreso prevalece el que es diferenciado para personal y para público con 58.33%; los ambientes que principalmente tienen son barra y caja (100%), zona de mesas (100%) y cuarto de DJ (91.67%); finalmente las zonas que tienen para uso del público son general y general-vip, ambas con un porcentaje de 50%.

- Los tipos de carta que presentan normalmente están diferenciadas para tragos y para piqueos con 58.33% principalmente en el caso de bares, o sólo tragos con 41.67% en discotecas; los servicios adicionales que ofrecen estos locales son: bar con 91.7% y estacionamiento con 41.7%; y los servicios higiénicos son diferenciados para varones y mujeres con 100%.

- En cuanto a equipamiento, todos los locales estudiados tienen aire acondicionado (100%); y el sistema de seguridad que prevalece es sistema contra intrusos con 91.67%, habiendo déficit en salidas de emergencia y sistema contra incendios.

Centros y canchas deportivas

- El distrito de Chiclayo adolece de centros o canchas deportivas. Los pocos locales existentes principalmente tienen canchas de fútbol de gras sintético y de losa, en menor cantidad canchas de vóley, básquet y frontón.

- Los servicios adicionales que complementan a las canchas deportivas son bar, venta de piqueos y estacionamiento; los servicios higiénicos cuentan con baños, duchas y vestidores tanto para varones como mujeres; no cuentan con equipamiento ni sistemas de seguridad.

Spa

- El distrito de Chiclayo tiene variedad de salones de belleza en diversas zonas, sin embargo son pocos los que se encuentran complementados con servicios de spa, que puedan brindar a los usuarios terapias de relajación y tratamientos corporales.

- Los spa brindan servicios tanto mujeres como varones; las zonas con las que cuenta son: recepción e informes, salón de peluquería, cosmiatría, manicure - pedicure y spa.
- Los ambientes de cada zona que prevalecen son: en peluquería, tinturaciones, laceados y extensiones, cortes y peinados, tratamientos capilares; cosmiatría, tratamientos faciales, maquillajes, rizado y delineado permanente, depilación con cera e hilo; spa, masajes relajantes y descontracturantes, exfoliación corporal e hidromasajes.
- Dentro de los servicios adicionales que complementan a los spa tenemos sala de espera y venta de productos de belleza; y en seguridad sólo cuentan con sistema contra intrusos.

Gimnasios

- En el distrito de Chiclayo hay gimnasios ubicados en diversas zonas, los cuales permiten a las personas poder ejercitarse, sin embargo no tienen variedad de servicios ni instalaciones confortables para los usuarios.
- Tienen las siguientes zonas: recepción e informes, gimnasio, y en algunos casos hasta con sala de nutrición, sala de fisioterapia y área administrativa. En la zona de gimnasio, se ubica la sala de máquinas para realizar ejercicios de spinning, musculación y cardio, además de la sala de baile.
- Los servicios complementarios que brindan son la venta de productos, lockers y cafetería; los servicios higiénicos son diferenciados y cuentan con baños, duchas y vestidores; y en seguridad sólo tienen sistema contra intrusos.

Locales culturales

- En el distrito de Chiclayo, sólo tenemos cuatro equipamientos de cultura: el teatro Dos de Mayo, actualmente paralizado por temas de seguridad; la biblioteca Eufemio Lora y Lora que no abastece al número de estudiantes que la visitan; centros culturales como son el ICPNA y el INC, que promueven la

cultura mediante presentaciones teatrales, conferencias, exposiciones, talleres de danza y música, entre otros.

Demanda

- Las personas que normalmente visitan los locales de ocio se encuentran entre los 18 y 34 años, estos datos se obtuvieron de las encuestas realizadas, donde la personas entre 18 y 24 años obtuvo un porcentaje de 32.8% y de 25 a 34, 27.3%.

- Dentro de las actividades de ocio que realizan se encuentran: ir al cine con 64.3%, realizar algún deporte con 52.3%, ir a una discoteca, bar o karaoke con 41.1% y finalmente ir al parque con 40.4%.

- La frecuencia con que visitan estos locales es mensual con 36.2%, quincenal con 28.4% y semanal 26.6%. Además suelen recurrir a estos locales normalmente con amigos (64.3%) o en pareja (51.8%).

- Con respecto al proyecto "Centro de Ocio", la mayoría considera que es una propuesta novedosa y necesaria para el distrito, obteniendo un porcentaje alto de aprobación, 81.3% y 88.3% respectivamente. El 66.1% está de acuerdo con que el proyecto se ubique en los alrededores del distrito debido a que considera hay terrenos libres, además del crecimiento del distrito (31% y 28% respectivamente).

- Las actividades que sugieren se propongan en el centro de ocio, son: deportivas y de relajación, gimnasio (56.3%), canchas de fútbol (53.4%) y piscina (52.9%); culturales, anfiteatro (50%), biblioteca (48.2%) y galerías de exposición (43%); de entretenimiento, cine (69%), karaoke (40.9%), juegos mecánicos y electrónicos (39.8%) y bar (37.2%); como locales complementarios, restaurantes (65.4%), locales de comida rápida (50.8%) y tiendas (48.2%).

Identificación y evaluación de actividades y funciones del proyecto análogo centro comercial Plaza San Miguel

- El frente principal del centro comercial se encuentra orientado hacia una de las avenidas más importantes de Lima (Av. La Marina).
- El centro comercial tiene seis zonas: comercial, de ocio, financiera, de recreación, de servicios generales. Prevalciendo en área la primera.
- Los accesos peatonales han sido planteados en las cuatro vías que lo rodean, como son: Av. La Marina (principal), Av. Universitaria, Av. Riva Agüero y calle Mantaro, estos rematan en una plaza central. Los accesos vehiculares actualmente se encuentran en la Av. La Marina y Av. Riva Agüero.
- El centro comercial cuenta con circulaciones verticales en diversos puntos, de diferentes formas, dadas mediante tres formas: escaleras integradas, escaleras mecánicas y ascensores. La principal ubicada en la plaza central.
- En su cerramiento hace uso de placas livianas en bloques cerrados como tiendas por departamento y cines; y vidrio en tiendas, restaurantes y bancos.
- El sistema estructural es aporticado con columnas, vigas y losas de concreto armado.
- Los materiales usados en la edificación son placas livianas y vidrio para cerramientos, estructura metálica para coberturas livianas, acero inoxidable, perfiles de acero y vidrio para barandas.
- El área del centro comercial es 134,414.65m², de los cuales 41,679.27m² correspondientes a 36.68%, pertenecen a la zona comercial, el 31.43% a zona de estacionamientos + área exterior, el 12.26% a la zona de ocio, el 8.08% a la circulación interior + plazas, el 5% a la zona de servicios, el 4.46% a la zona de restaurantes y finalmente el 2.09% a la zona financiera.

8.2 Recomendaciones:

Referentes de la investigación

- Considerar la ubicación del proyecto en avenidas principales del distrito.
- Plantear los ingresos principales de la edificación hacia avenidas principales o vías alternas a estas, el ingreso vehicular deberá considerarse en una vía secundaria con el fin de evitar el caos vehicular.
- Plantear edificaciones de máximo 3 niveles.
- El proyecto debe contener plazas que sean los puntos de encuentro de usuarios, donde se desarrollen actividades específicas o sirvan como espacios de descanso y relax.
- Como el nombre del proyecto lo dice, las actividades que éste contenga y prevalezcan serán de ocio.
- Tomar en consideración como alternativas de ocio a plantearse: cine, bolera, parque infantil, gimnasio/spa, complementados con bares, discotecas, restaurantes y locales de comida rápida.
- Zonificar los espacios de acuerdo al tipo de actividad de ocio que se planteará.
- Tener en cuenta que la cantidad de restaurantes sea entre 2 y 3, porque estarán complementados con locales de comida rápido; y considerar entre 210m² y 380m² de área.

Marco Normativo:

- Tener en cuenta al momento de diseñar las siguientes normas establecidas en el Reglamento Nacional de Edificaciones que se encuentra vigente: Norma A 010, Norma A 070, Norma A 080, Norma A 090, Norma A 100, Norma A 120 y Norma A 130; además de normativa local.

Evaluación del estado físico natural:

- Considerar para el diseño del centro de ocio, la población proyectada al año 2021, que es 283 391 habitantes.
- Las edificaciones deben ubicarse de norte a sur para evitar el asoleamiento durante el recorrido del sol.
- Ubicar las plazas entre edificaciones o colocar una cortina de árboles, de manera que el viento que va de este a oeste, no afecte esta zona y permita una estadía placentera.
- El proyecto debe ubicarse en suelo urbano apto para habitarse, además ser estable y no encontrarse en zona de riesgo muy alto.

Análisis físico urbano:

- Debido al déficit del distrito de Chiclayo en cuanto a equipamiento de recreación, es importante proponer este centro de ocio que brinde a las personas un espacio para recrearse.
- El proyecto deberá estar ubicado en una zona de fácil acceso y contener infraestructura vial de acuerdo al reglamento.
- Se recomienda que el terreno donde se ubique el proyecto cuente con los servicios básicos en su totalidad, para poder acceder a ellos.

Estudio de oferta y demanda de zonas de ocio en el distrito

Oferta

- El tipo de comida que se ofrece principalmente en los restaurantes del distrito de Chiclayo es pescados/mariscos y comida criolla; por lo tanto se deberá proponer restaurantes que brinden estas comidas.
- Los restaurantes deberán tener en sus instalaciones entre 10 y 20 mesas, ingreso diferenciado para personal y público, al igual que los servicios higiénicos de acuerdo a normativa.

- Las áreas de discotecas, bares o karaokes, no deberán exceder los 900m²; además se debe considerar que la mayoría de discotecas tienen mezanine donde se ubica la zona vip.
- Los ambientes con que debe contar una discoteca, bar o karaokes, serán: barra + caja, zona de mesas, y cuarto de DJ y como servicio adicional tener bar.
- Los servicios que mínimamente deberá ofrecer un spa son: tinturaciones, laceados, extensiones, cortes, peinados, tratamientos capilares y faciales, maquillaje, rizado y delineado, depilación, masajes relajantes y descontracturantes, exfoliación e hidromasajes.
- Los ambientes que deberá tener un gimnasio son: sala de máquinas, sala de nutricionista, sala de fisioterapeuta y sala de baile y estar complementado con sauna.
- Debido al alto déficit en equipamiento de cultura en el distrito y formando parte muy importante de un centro de ocio esta actividad, se deberán proponer espacios culturales.
- El proyecto deberá contar mínimamente con sistema de seguridad y sistema contraincendios, según lo estipulado en la normativa vigente del país, con la finalidad de brindar mayor seguridad y confort al usuario.

Demanda

- El proyecto deberá contar como mínimo con las siguientes actividades de ocio: cine, zonas realizar deporte, bares/karaokes/ discotecas y plazas al aire libre.
- Se ubicará el proyecto en los alrededores del distrito de Chiclayo, debido a la factibilidad de terrenos libres, menor turgurización del centro y crecimiento del distrito.
- Se deberá proponer como zonas de uso público: zona deportiva y de relajación, zona cultural, zona de entretenimiento y zona de servicios complementarios.

- La zona deportiva deberá tener gimnasio, cancha de fútbol, piscina y spa.
- La zona cultural tendrá anfiteatro, biblioteca y galerías de exposición.
- La zona de entretenimiento contará como mínimo con: cine, karaoke, juegos mecánicos y bares.
- La zona de servicios complementarios deberá contar con restaurantes, locales de comida rápida y tiendas.

Identificación y evaluación de actividades y funciones del proyecto análogo centro comercial Plaza San Miguel

- Orientar el ingreso principal hacia una de las avenidas principales donde se ubique el proyecto.
- Aprovechar las vías principales para ubicar los accesos peatonales y las secundarias o alternas para los accesos vehiculares.
- Se deberá considerar para el cerramiento de las edificaciones, placas livianas en los bloques que requiera ser cerrados y vidrio en aquellos que deberán conectarse con el exterior como restaurantes y bares.
- Se empleará el sistema estructural que se adecue mejor al proyecto, considerando columnas, vigas y losas que permitan grandes luces y alturas, que se requieren debido a las actividades que se desarrollarán en este.

**CAPÍTULO IX: PROGRAMA Y DISEÑO DE UN CENTRO DE OCIO EN EL
DISTRITO DE CHICLAYO.**

9.1 Elección de terreno

9.1.1 Evaluación de factores

De los referentes arquitectónicos y ejemplo análogo estudiados en los Capítulos II y VII, se determinan algunos factores para la evaluación de los posibles terrenos:

Ubicación: en España, se ubican en zonas industriales donde se alojan equipamientos comerciales y de servicio, encontrándose en los alrededores de la ciudad. En nuestro país al contrario, los centros comerciales se ubica en avenidas altamente comerciales y turísticas, dentro de la ciudad; sin embargo muchos de ellos cuando recién se implantaron, estuvieron en sectores industriales, que posteriormente se convirtieron en zonas altamente comerciales.

Accesibilidad: en los análogos de España, los accesos a los centros comerciales y de ocio se dan por medio de vías que lo conectan con la ciudad. En nuestro país los centros comerciales están ubicados en avenidas principales de la ciudad.

Zonificación: la zonificación del entorno de los centros comerciales y de ocio, son de tipo industrial, comercial y de servicios.

Área y forma de terreno: las áreas de los terrenos donde se ubican estos centros tienen entre 1 y 2 has., a excepción del centro de ocio Heron City que consta de 8 has y el centro comercial Plaza San Miguel de 5 has; considerando estos últimos que se asemejan mejor al proyecto que propondremos por la diversidad de alternativas, el terreno debería tener entre 5 y 8 has. La forma del terreno de los centros analizados son cuadriláteros regulares, la mayoría con ángulos de 90°.

Topografía: la topografía de los terrenos es llana sin pendientes.

9.1.2 Definición de criterios

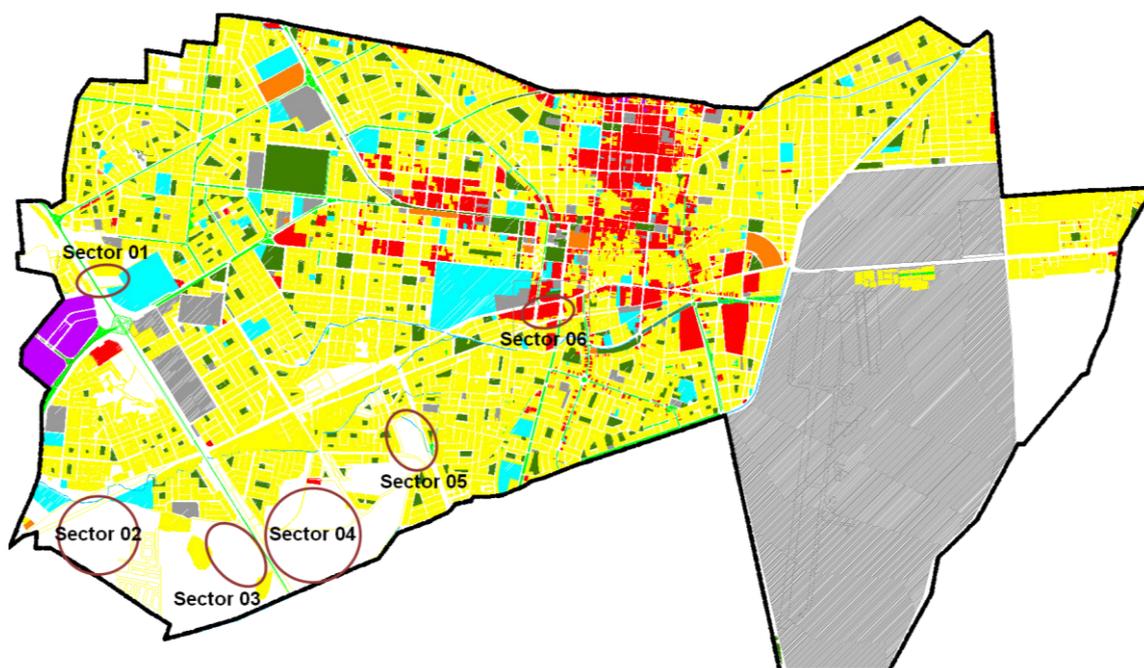
Teniendo en cuenta los factores antes mencionados, que son característicos de los centros comerciales y de ocio analizados, se definen los factores finales que permitirán la correcta elección del terreno que albergará el proyecto.

- | | |
|---|-------------------------------|
| 1.- Ubicación | 2.- Accesibilidad |
| 3.- Zonificación adecuada | 4.- Área y forma de terreno |
| 5.- Topografía | 6.- Disponibilidad de terreno |
| 7.- Disponibilidad de servicios básicos | |

9.1.3 Macro evaluación de zonas

A partir de la evaluación del estado físico natural y diagnóstico del medio físico-urbano del distrito de Chiclayo que se ha realizado en los capítulos IV y V, además de los factores de evaluación determinados anteriormente, se presentan los posibles sectores donde podría ubicarse el proyecto, de acuerdo a la disponibilidad de terrenos.

FIGURA Nº 9.1
Evaluación de zonas para propuestas de terrenos



Elaboración propia

Sector 01: en la vía de Evitamiento, al lado noroeste del distrito, se encuentra un terreno ubicado entre Sencico, Senati y los condominios San Gabriel; siendo ésta una importante zona por localizarse en una vía interregional, entre estos equipamiento educativos y área residencial.

Sector 02: ubicado en la prolongación de la Av. Bolognesi, al lado oeste del distrito, justo al costado del colegio Ceibos, en este sector hay disponibilidad de terrenos y está rodeado de área residencial.

Sector 03: ubicado en la vía de Evitamiento, al lado norte de los condominios Nuestra Sra. de la Paz, a pesar de existir algunos terrenos vacíos, en este sector se vienen generando invasiones de viviendas.

Sector 04: localizado entre la vía de Evitamiento y prolongación de la Av. Chinchaysuyo, en este sector actualmente los terrenos existentes son valles de sembrío. Cabe destacar la ubicación de este sector porque está entre una avenida interregional y una vía principal del distrito.

Sector 05: ubicado en la Av. Colectora, teniendo en consideración que según el plano de zonificación este sector está indicado como comercio interdistrital y rodeado por zona residencial.

Sector 06: localizado en el centro del distrito, pese a la falta de terrenos en este sector, existe uno conocido como el Ex- Molino de Piedra, terreno que suele ser alquilado por algunos circos o Play Land Park.

9.1.4 Propuestas de terrenos

Teniendo en consideración los sectores evaluados anteriormente y con el fin de elegir el terreno adecuado para implantar el proyecto Centro de Ocio, se han escogido cuatro posibilidades de terrenos dentro de estos sectores del distrito de Chiclayo, de los cuales se escogerá el que contenga las mejores características:

TERRENO 01: en la vía de Evitamiento, al costado de los equipamientos educativos Sencico y Senati, además del condominio Residencial San Gabriel, en el distrito de Chiclayo, departamento de Lambayeque. Cuenta con un área de 1.38 has.

FIGURA Nº 9.2
Terreno Nº 01



Fuente: Google Earth. **Elaboración propia**

TERRENO 02: localizado en los alrededores del distrito, al lado este de la vía de Evitamiento, en la intersección con la prolongación de la Av. Chinchaysuyo, en el distrito de Chiclayo, departamento de Lambayeque. Tiene forma de un trapecio y cuenta con un área de 6.23 has.

FIGURA Nº 9.3
Terreno Nº 02



Fuente: Google Earth. **Elaboración propia**

TERRENO 03: en la Av. Colectora, se encuentra rodeado de zonas residenciales, urbanizaciones nuevas que se vienen generando e incluso hay sectores que aún no están poblados. Tiene 4.93 has.

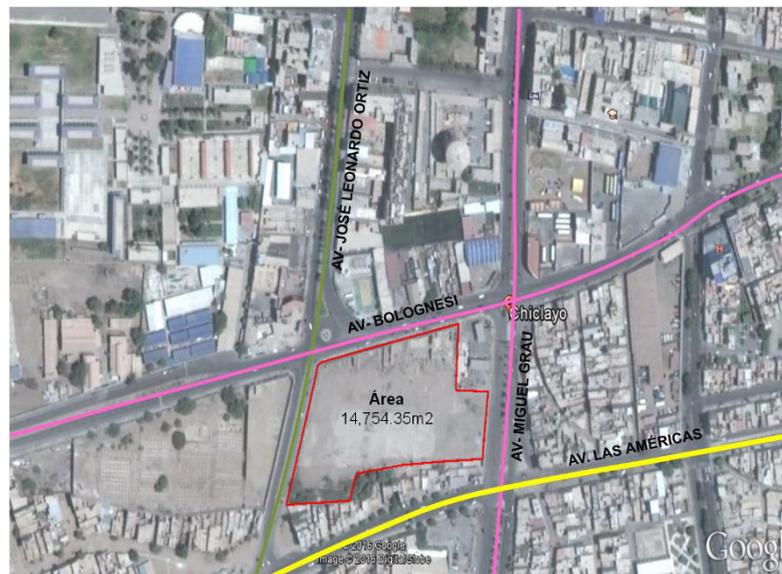
FIGURA Nº 9.4
Terreno Nº 03



Fuente: Google Earth. **Elaboración propia**

TERRENO 04: se encuentra en el centro del distrito de Chiclayo entre las avenidas Bolognesi y José Leonardo Ortiz. Colinda con viviendas y un grifo en la esquina de las avenidas Bolognesi y Miguel Grau. Tiene 1.48 has.

FIGURA Nº 9.5
Terreno Nº 04



Fuente: Google Earth. **Elaboración propia**

9.1.5 Elección de terreno

Para evaluar cada terreno se utilizará el METODO DE RANKING DE FACTORES, con la finalidad de seleccionar la alternativa con mayor puntaje y elegir la localización más conveniente para el proyecto Centro de Ocio.

CUADRO N° 9.1
Valor de puntuación de factores

Puntuación de valores	Valor
Excelente: cualidades sobresalen respecto a las de otros	10
Muy bueno: con mejores cualidades	9-8
Bueno: con cualidades gratas o gustosas	7-6
Regular: con cualidades medianamente buenas	5-4
Deficiente: carece de buenas cualidades	1-3

Fuente: Elaboración propia.

Terreno 01



Terreno 02



Terreno 03



Terreno 04



Cuadro N° 9.2
Valor de puntuación de los terrenos

Factores	Peso	Terreno 1		Terreno 2		Terreno 3		Terreno 4	
		Calif	Calif. pond.	Calif	Calif. pond.	Calif	Calif. pond.	Calif.	Calif. pond.
1. Ubicación	20	7	140	9	180	5	100	5	100
2. Accesibilidad	20	7	140	9	180	6	120	7	140
3. Zonificación adecuada	12.5	8	100	8	100	8	100	8	100
4. Área y forma de terreno	20	3	60	10	200	5	100	5	100
5. Topografía	10	8	80	8	80	8	80	9	90
6. Disponibilidad de terreno	10	10	100	10	100	10	100	8	80
7. Disponibilidad de servicios básicos	7.5	8	60	7	52.5	8	60	10	75
TOTAL	100		680		892.5		660		685

Fuente: Elaboración propia.

Factores del terreno:

- 1.- Ubicación: buena ubicación del terreno, de preferencia en los alrededores del distrito.
- 2.- Accesibilidad: acceso mediante vías que permitan conectarnos con toda la ciudad, o en vías principales.
- 3.- Zonificación adecuada: zonificación acorde con la propuesta, que tenga C7 o R5.
- 4.- Área y forma de terreno: presenta forma ortogonal y regular, que contenga una área mayor a 5 has.
- 5.- Topografía: terreno llano sin pendientes
- 6.- Disponibilidad del terreno: terreno vacío, no construido.
- 7.- Disponibilidad de servicios básicos: contar con todos los servicios.

Después de realizar la evaluación de los terrenos, teniendo en cuenta el significado de cada uno de los factores, los resultados que se obtuvieron fueron que: el **Terreno 02**, ubicado al lado este de la vía de Evitamiento y cruce con la prolongación de la Av. Chinchaysuyo, es el más apropiado para la ubicación del proyecto "Centro de Ocio". Su ubicación es estratégica por encontrarse entre una avenida interregional (vía de Evitamiento) y una avenida principal que divide el distrito de Chiclayo con La Victoria (prolongación de avenida Chinchaysuyo), además de estar en un sector que se encuentra consolidándose con zonas residenciales de densidad media.

9.2 El Terreno

Con el fin de conocer más al detalle el entorno del terreno donde se ubicará el proyecto, se ha delimitado el área de estudio del terreno considerando un radio de 1,500mts; de este sector se analizará los siguientes factores: topografía, entorno urbano, accesibilidad y normativa.

9.2.1 Topografía

El terreno elegido presenta una topografía suave y sin pendientes; en su límite con la prolongación de la avenida Chinchaysuyo (lado sur), circula la acequia Yortuque y en su lado norte un ramal de la misma. (Ver Figura N° 9.6)

FIGURA N° 9.6
Topografía del terreno

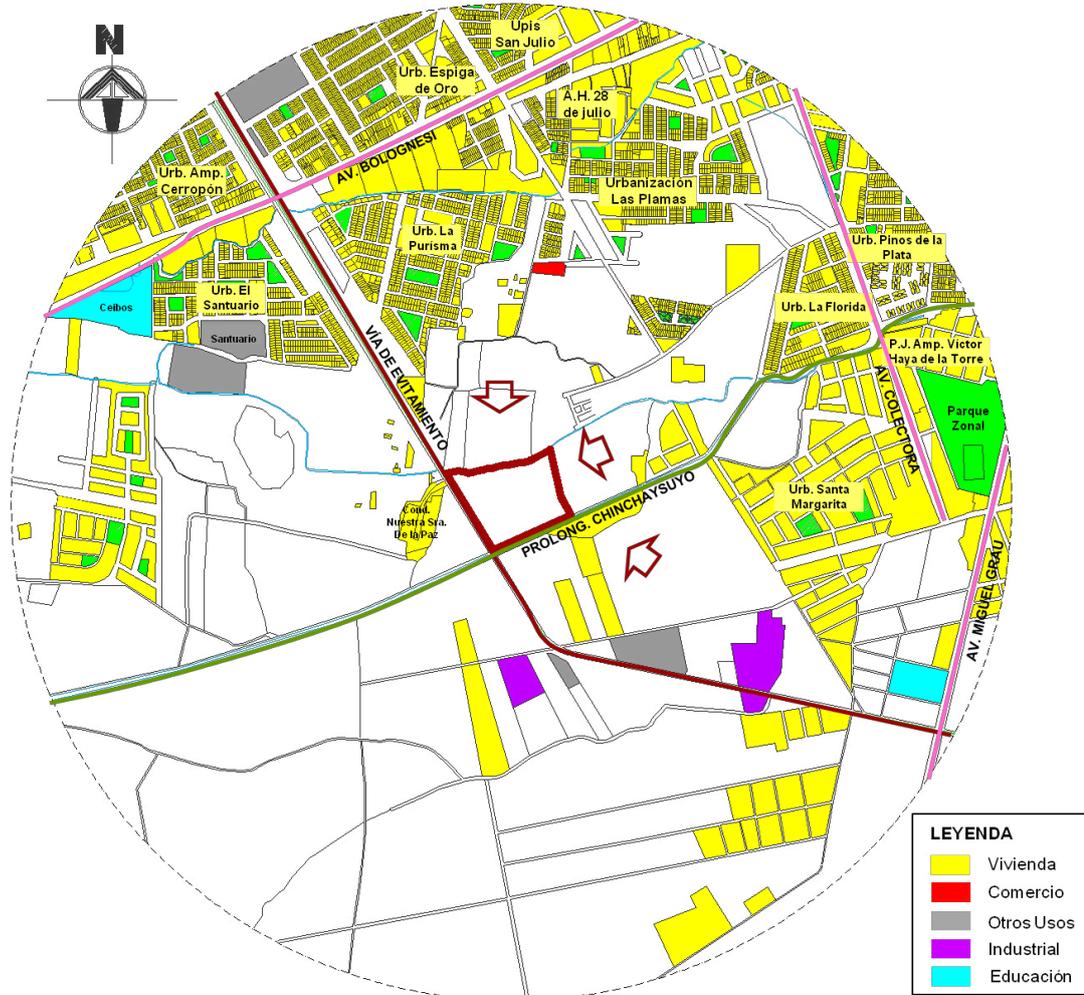


9.2.2 Entorno urbano

El entorno urbano del terreno elegido para la ubicación del proyecto, en la actualidad se encuentra consolidándose, tal como se puede observar en la Figura N° 9.7, donde se indica mediante flechas el crecimiento

residencial que se viene generando hacia este sector, principalmente con urbanizaciones de densidad media; en el radio de estudio no encontramos ningún centro comercial o recreativo que abastezca a este sector.

FIGURA Nº 9.7
Entorno urbano del terreno



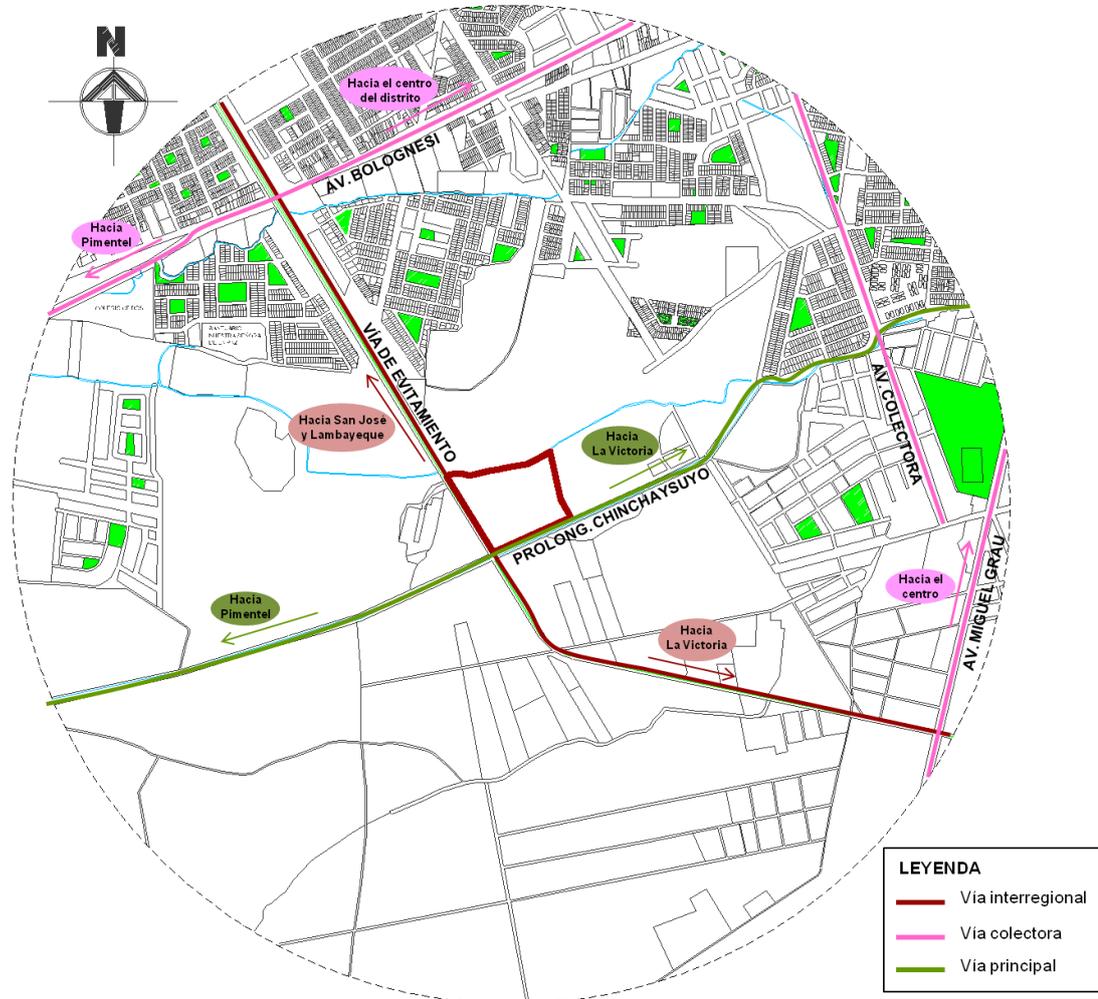
Elaboración propia

9.2.3 Accesibilidad

El terreno se encuentra posicionado estratégicamente, ya que está en una vía interregional que permite la conexión con diferentes distritos de la ciudad como con otras regiones del país, ya que la vía de Evitamiento se conecta con la Panamericana Norte. Además de encontrarse en una

avenida principal (Av. Chinchaysuyo) que se encuentra en ejecución y divide a los distritos Chiclayo y La Victoria.

FIGURA Nº 9.8
Accesibilidad del terreno



Elaboración propia

9.2.4 Normativa/parámetros urbanísticos

La Gerencia de Desarrollo Urbano a través de la Coordinación de Estudios Urbanos, de la municipalidad provincial de Chiclayo, certifica que, el predio ubicado entre la vía de Evitamiento y prolongación de la Av. Chinchaysuyo, de la ciudad de Chiclayo, provincia y distrito de Chiclayo, departamento de Lambayeque, tiene los siguientes parámetros urbanísticos: (Ver Anexo Nº 13).

Normativa urbanística

- | | |
|------------------------------------|--|
| 1.- Área territorial | : Chiclayo |
| 2.- Área de actuación | : Vía de Evitamiento y la
prolongación de la Av. Chinchaysuyo |
| 3.- Zonificación | : Residencial densidad alta - R5 |
| 4.- Usos permisibles y compatibles | : Comercio vecinal - vivienda
multifamiliar |
| 5.- Densidad neta | : 2250 Hab/Ha |
| 6.- Área y frente mínimo de lote | : 200 m ² - 10ml |

Índices edificatorios

- | | |
|--------------------------------|--------------------------------------|
| 1.- Coeficiente de edificación | : 7.0 |
| 2.- Área libre (% mínimo) | : Comercio no exigible, vivienda 30% |
| 3.- Altura de edificación | : 21m ó 07 pisos |
| 4.- Retiro | : Frontal 2ml - Lateral 2ml |
| 5.- Alineamiento de fachada | : Respetar retiro indicado |
| 6.- Estacionamiento | : 01 por cada 02 departamentos |

9.3 Lineamientos:

9.3.1 Lineamientos de programa

- Considerar como locales de ocio a plantearse: cine, bolera, parque infantil, gimnasio/spa, biblioteca, anfiteatro, galerías de exposición; complementados con bares, discotecas, restaurantes y locales de comida rápida.

- El centro de ocio debe contar con áreas para el uso del público, destinadas al deporte y relajación, entretenimiento, cultura, además de áreas verdes y plazas de descanso.
- La seguridad contra intrusión del proyecto debe estar implementada con CCTV en accesos, locales y áreas comunes del centro, además de vigilancia permanente.
- Las áreas de los restaurantes debe estar entre 210m² y 380m², y tener en su comedor entre 10 y 20 mesas.
- Se debe proponer entre dos y tres restaurantes de acuerdo a los ejemplos análogos estudiados.
- El área de las discotecas no debe exceder los 900m².
- La zona deportiva y de relajación deberá contar como mínimo con gimnasio, canchas multiusos, piscina y spa.
- La zona cultural deberá contar con anfiteatro, biblioteca y galerías de exposición.
- La zona de entretenimiento deberá tener cine, karaoke, juegos mecánicos y bares y/o discoteca y juegos de mesa.
- La zona de servicios complementarios deberá contar con restaurantes, locales de comida rápida y tiendas.

9.3.2 Lineamientos de diseño

- Plantear los ingresos de la edificación hacia las avenidas principales o vías alternas a estas, el ingreso vehicular deberá considerarse en un vía alterna o secundaria con el fin de evitar el caos vehicular.
- El proyecto debe contener plazas que sean puntos de encuentro de usuarios, donde se desarrollen actividades o sirvan como espacios de descanso y relax.
- Zonificar los espacios de acuerdo al tipo de actividad de ocio que se planteará.

- Tener en cuenta al momento de diseñar las siguientes normas establecidas en el Reglamento Nacional de Edificaciones que se encuentra vigente: Norma A010, Norma A070, Norma A080, Norma 100, Norma A120 y Norma A130.
- El ingreso principal peatonal debe ubicarse en la esquina, ya que ambas avenidas son importantes para el distrito.
- El ingreso vehicular podrá ubicarse en la vía alterna de la vía de Evitamiento que es de tránsito menor a esta.
- Las edificaciones deben tener de preferencia tres niveles.
- Dotar de áreas de estacionamientos para el abastecimiento a los usuarios del proyecto.
- Los ingresos a cada uno de los locales a proponerse, deben ser diferenciados tanto para personal como para público.
- El centro de ocio contará con espacios públicos receptivos a través de los cuales se accede a las diferentes edificaciones del complejo.
- Los restaurantes deberán tener tanto iluminación como ventilación natural y artificial, teniendo en consideración el aire acondicionado para el caso de ventilación artificial.
- La discoteca se dividirá en zona general y zona vip.
- El área cultural y de relajación deberá ubicarse en un sector aislado de la bulla.
- Se deberá considerar para el cerramiento de las edificaciones, placas livianas en bloques que requieran ser cerrados y vidrio en aquellos que deben conectarse con el exterior como restaurantes y bares.

9.4 Programa arquitectónico

ZONA	AMBIENTE	SUB-AMBIENTE	INDICE (m2/pers.)	Nº	CAPACIDAD	TRABAJADORES	USUARIO	ÁREA PARCIAL	SUB-TOTAL 1 (m2)	SUB-TOTAL 2 (m2)	ÁREA TOTAL (m2)	
ZONA RECEPTIVA	INGRESO	PLAZA CENTRAL	3m2/pers	1	192	-	24	576.00	576.00	945.00	945.00	
		MÓDULOS DE SOUVENIRS	3m2/pers	8	6	-	24	18.00	144.00			
		MÓDULOS DE COMIDA Y TIENDAS	3m2/pers	8	6	-	24	18.00	144.00			
		ZONA DE TELÉFONOS PÚBLICOS	-	4	4	-	4	9.00	36.00			
		CAJEROS AUTOMÁTICOS	-	5	5	-	5	9.00	45.00			
ZONA ADMINISTRATIVA	RECEPCIÓN	INFORMES	9.5m2/pers.	1	1.26	1	2	12.00	12.00	66.00	339.00	
		SALA DE ESPERA	9.5m2/pers	1	1.89	-	5	18.00	18.00			
		SS.HH.	MUJERES + DISC	-	1	-	-	-	7.50			15.00
			VARONES + DISC	-	1	-	-	-	7.50			15.00
		TOPICO PARA PÚBLICO	9.5m2/pers.	1	2.21	1	-	21.00	21.00			
	GERENCIA	SECRETARÍA + ARCHIVO	9.5m2/pers.	1	2.05	1	-	19.50	19.50			
		GERENCIA + SS.HH.	9.5m2/pers.	1	3.16	1	2	30.00	30.00			
	ADMN.	ADMINISTRACIÓN	9.5m2/pers.	1	2.05	2	2	19.50	19.50			
		CONTABILIDAD	9.5m2/pers.	1	1.89	3	1	18.00	18.00			
		TESORERÍA	9.5m2/pers.	1	1.58	1	1	15.00	15.00			
		DPTO. DE PUBLICIDAD Y MARKETING	9.5m2/pers.	1	2.21	6	2	21.00	21.00			
		DPTO RECURSOS HUMANOS	9.5m2/pers.	1	1.58	4	2	15.00	15.00			
		DPTO DE LOGÍSTICA	9.5m2/pers.	1	4.74	6	5	45.00	45.00			
		SALA DE REUNIONES	9.5m2/pers.	1	2.84	8	-	27.00	27.00			
		KITCHENET + COMEDOR	9.5m2/pers.	1	2.37	8	-	22.50	22.50			
		SS.HH. PERSONAL	MUJERES + DISC	-	1	-	-	-	19.50	19.50		
			VARONES + DISC	-	1	-	-	-	21.00	21.00		
ZONA DEPORTIVA	RECEPCIÓN	RECEPCIÓN E INFORMES	10m2/pers.	1	4	1	2	42.00	42.00	225.00	2860.50	
		SALA DE ESPERA	10m2/pers	1	2	-	5	24.00	24.00			
		CAFETERÍA	1.5m2/pers.	1	48	2	16	72.00	72.00			
		ADMINISTRACIÓN	10m2/pers.	1	2	1	1	18.00	18.00			
		ENFERMERÍA	10m2/pers.	1	2	1	1	18.00	18.00			
	CANCHAS DEPORTIVAS	SS.HH. VISITA	MUJERES y DISC.	-	2	-	-	-	12.00	24.00		
			VARONES y DISC.	-	2	-	-	-	13.50	27.00		
		CAMERINOS + DUCHAS	VARONES	3m2/pers.	1	4	-	-	12.00	12.00		
			MUJERES	3m2/pers.	1	4	-	-	12.00	12.00		
		SS.HH.	VARONES	-	1	-	-	-	21.00	21.00		
			MUJERES	-	1	-	-	-	13.50	13.50		
		CANCHAS DEPORTIVAS	VENTA DE PRODUCTOS	3m2/pers.	1	5	-	8	15.00	15.00		
			DEPÓSITO DE PRODUCTOS	3m2/pers.	1	3	-	8	7.50	7.50		
			BARRA DE ATENCIÓN	3m2/pers.	1	6	-	-	18.00	18.00		
			DEPÓSITO DE M PL. DEPORTIVOS	3m2/pers.	1	3	-	8	9.00	9.00		
	CANCHAS MÚLTIPLES		3m2/pers.	2	377	-	10	566.00	1132.00			
	CANCHAS DE FRONTÓN		3m2/pers.	2	97	-	4	145.00	290.00			
	GRADERÍAS		3m2/pers.	1	72	-	-	216.00	216.00			
	ZONA DE MESAS		3m2/pers.	1	27	-	-	81.00	81.00			
	PISCINA	CAMERINOS + DUCHAS	VARONES	3m2/pers.	1	4	-	-	12.00	12.00		
			MUJERES	3m2/pers.	1	4	-	-	12.00	12.00		
		SS.HH.	VARONES	-	1	-	-	-	13.50	13.50		
			MUJERES	-	1	-	-	-	12.00	12.00		
		PISCINA LÚDICA	3m2/pers.	1	50	-	-	150.00	150.00			
	PISCINA SEMIOLÍMPICA	3m2/pers.	1	96	-	-	288.00	288.00				
	SERVICIOS	SALA DE DESCANSO	3m2/pers.	2	32	-	-	48.00	96.00			
		SALA DE INSTRUCTORES	3m2/pers.	1	4	-	-	12.00	12.00			
SALA DE MONITORES		3m2/pers.	1	9	-	-	27.00	27.00				
CUARTO DE FUERZA		-	1	-	-	-	24.00	24.00				
CUARTO DE MÁQUINAS		-	1	-	-	-	21.00	21.00				
CUARTO DE MANTENIMIENTO		-	1	-	-	-	18.00	18.00				
CUARTO DE BOMBAS		-	1	-	-	-	24.00	24.00				
ALMACÉN DE APARATOS		40m2/pers.	1	0	-	-	9.00	9.00				
ALMACÉN GENERAL		40m2/pers.	1	1	-	-	42.00	42.00				
CUARTO DE LIMPIEZA		-	1	-	-	-	3.00	3.00				
CUARTO DE BASURA		-	1	-	-	-	3.00	3.00				
SS.HH. + VESTIDORES PERSONAL		VARONES	-	1	-	-	-	21.00	21.00			
		MUJERES	-	1	-	-	-	21.00	21.00			
RECEPCIÓN		RECEPCIÓN Y CAJA	10m2/pers.	1	2	1	2	18.00	18.00			
	INFORMES	10m2/pers.	1	2	1	4	18.00	18.00				
	OFICINA DE NUTRICIONISTA	10m2/pers.	1	2	1	2	18.00	18.00				
	OFICINA DE FISIOTERAPEUTA	10m2/pers.	1	2	1	1	18.00	18.00				
	CAFETERÍA	1.5m2/pers.	1	63	2	35	94.00	94.00				
	LOCKERS	-	1	-	-	-	18.00	18.00				
	SS.HH.	VARONES	-	1	-	-	-	12.00	12.00			
		MUJERES	-	1	-	-	-	10.50	10.50			
		VESTIDORES + DUCHAS	VARONES	3m2/pers.	1	4	-	4	12.00	12.00		
			MUJERES	3m2/pers.	1	4	-	4	12.00	12.00		
		MÁQUINAS	SPINNING	4.6m2/pers.	1	25	-	14	114.00	114.00		
			CARDIO	4.6m2/pers.	1	27	-	22	126.00	126.00		
	MUSCULACIÓN		4.6m2/pers.	1	21	-	17	96.00	96.00			
PILATES	4.6m2/pers.	1	21	-	12	96.00	96.00					
DEPÓSITO DE SALA DE BALE	-	1	-	-	-	16.50	16.50					
SERVICIOS	DEPÓSITO	-	1	-	-	-	12.00	12.00				
	SALA DE MONITOREO	4.6m2/pers.	1	8	-	46	36.00	36.00				
	SALA DE ENTRENADORES	4.6m2/pers.	1	7	-	46	30.00	30.00				
	ALMACÉN GENERAL	-	1	-	-	-	40.50	40.50				
	CUARTO DE MANTENIMIENTO	-	1	-	-	-	16.50	16.50				
	CUARTO DE LIMPIEZA	-	1	-	-	-	3.00	3.00				
CUARTO DE BASURA	-	1	-	-	-	3.00	3.00					
ZONA DEPORTIVA	SERVICIOS	RECEPCIÓN Y CAJA	10m2/pers.	1	2	1	2	18.00	18.00	166.00	820.00	
		INFORMES	10m2/pers.	1	2	1	4	18.00	18.00			
		OFICINA DE NUTRICIONISTA	10m2/pers.	1	2	1	2	18.00	18.00			
		OFICINA DE FISIOTERAPEUTA	10m2/pers.	1	2	1	1	18.00	18.00			
		CAFETERÍA	1.5m2/pers.	1	63	2	35	94.00	94.00			
		LOCKERS	-	1	-	-	-	18.00	18.00			
		SS.HH.	VARONES	-	1	-	-	-	12.00			12.00
			MUJERES	-	1	-	-	-	10.50			10.50
		VESTIDORES + DUCHAS	VARONES	3m2/pers.	1	4	-	4	12.00			12.00
			MUJERES	3m2/pers.	1	4	-	4	12.00			12.00
MÁQUINAS	SPINNING	4.6m2/pers.	1	25	-	14	114.00	114.00				
	CARDIO	4.6m2/pers.	1	27	-	22	126.00	126.00				
	MUSCULACIÓN	4.6m2/pers.	1	21	-	17	96.00	96.00				
PILATES	4.6m2/pers.	1	21	-	12	96.00	96.00					
DEPÓSITO DE SALA DE BALE	-	1	-	-	-	16.50	16.50					
SERVICIOS	DEPÓSITO	-	1	-	-	-	12.00	12.00				
	SALA DE MONITOREO	4.6m2/pers.	1	8	-	46	36.00	36.00				
	SALA DE ENTRENADORES	4.6m2/pers.	1	7	-	46	30.00	30.00				
	ALMACÉN GENERAL	-	1	-	-	-	40.50	40.50				
	CUARTO DE MANTENIMIENTO	-	1	-	-	-	16.50	16.50				
	CUARTO DE LIMPIEZA	-	1	-	-	-	3.00	3.00				
CUARTO DE BASURA	-	1	-	-	-	3.00	3.00					

RECEPCIÓN	INFORMES Y CAJA		9.5m2/pers.	2	3	1	-	12.00	24.00	88.50	88.50
	SALA DE ESPERA		9.5m2/pers.	1	2	-	-	18.00	18.00		
	EXHIBICIÓN DE PRODUCTOS		9.5m2/pers.	1	2	1	-	21.00	21.00		
	SS.HH. VISITA	VARONES + DISC	2l, 2l, 2U	1	-	-	-	13.50	13.50		
MUJERES + DISC		2l, 2L	1	-	-	-	12.00	12.00			
SALÓN DE BELLEZA	SALÓN DE PELUQUERÍA	TINTURACIONES, LACADOS Y EXTENSIONES	10m2/pers.	1	3	1	1	30.00	30.00	132.00	298.50
		CORTE Y PENADO	10m2/pers.	1	3	1	1	30.00	30.00		
		LAVADO Y SECADO DE CABELLO	10m2/pers.	1	4	1	1	42.00	42.00		
		TRATAMIENTOS CAPILARES	10m2/pers.	1	3	1	2	30.00	30.00		
	COSMETOLOGÍA	TRAT. FACIALES Y DELINEADO	10m2/pers.	1	2	3	3	24.00	24.00	93.00	
		MAQUILLAJE	10m2/pers.	1	2	1	1	24.00	24.00		
		DEPILACIÓN	10m2/pers.	5	5	2	2	9.00	45.00		
	MANICURE Y PEDICURE	MANICURE	10m2/pers.	1	2	1	1	21.00	21.00	42.00	
		PEDICURE	10m2/pers.	1	2	1	1	21.00	21.00		
	ÁREA DE SERVICIO	ALMACÉN DE PRODUCTOS	-	1	-	-	-	10.50	10.50	31.50	
		ALMACÉN DE ELECTRODOMÉSTICOS	-	1	-	-	-	10.50	10.50		
		DEPOSITO DE MATERIALES	-	1	-	-	-	10.50	10.50		
SPA	VESTUARIOS	VARONES	3m2/pers.	2	10	-	-	15.00	30.00	81.00	
		MUJERES	3m2/pers.	2	10	-	-	15.00	30.00		
		DISCAPACITADOS	3m2/pers.	2	7	-	-	10.50	21.00		
	SS.HH.	VARONES	4L, 4l, 2U	2	-	-	-	12.00	24.00	60.00	
		MUJERES	4L, 4l	2	-	-	-	12.00	24.00		
		DISCAPACITADOS	1L, 1l	2	-	-	-	6.00	12.00		
	SAUNA	CÁMARA HÚMEDA	10m2/pers.	4	4	-	-	10.50	42.00	90.00	
		CÁMARA SECA	10m2/pers.	4	5	-	-	12.00	48.00		
	HIDROTERAPIA	BAÑERAS DE HIDROTERAPIA X2	10m2/pers.	3	2	-	-	6.00	18.00	123.00	
		HIDROTERAPIA GRUPAL	10m2/pers.	1	2	-	-	24.00	24.00		
		DUCHAS VICHY IND.	10m2/pers.	4	4	-	-	10.50	42.00		
		DUCHAS ESPAÑOLAS	10m2/pers.	3	1	-	-	3.00	9.00		
		DUCHAS JET	10m2/pers.	3	1	-	-	3.00	9.00		
		SALA DE DESCANSO	10m2/pers.	1	2	-	-	21.00	21.00		
	SALAS DE MASAJES	RELAJANTES, DESCANT, SUECO, MUSICOTERAPIA, REFLEXOLOGÍA SHIATSU (X2)	10m2/pers.	2	3	-	-	15.00	30.00	124.50	
		TAILANDES IND.	10m2/pers.	2	3	-	-	13.50	27.00		
		MASAJES ORIENTALES CON LOS PIES IND	10m2/pers.	2	3	-	-	13.50	27.00		
		AROMATERAPIA, MASAJES DE PIEDRAS, GROMOTERAPIA X2	10m2/pers.	1	1	-	-	13.50	13.50		
	ENVOLVENTES Y EXFOLIACIONES	ENV. ARCILLA, CHOCOLATE, BARRO, VINO, FRUTAS, ALGAS (X2)	10m2/pers.	2	3	-	-	15.00	30.00	30.00	
		EXF. MIEL, CAFÉ, MARACUYA, AVENA, NUEZ (X2)	10m2/pers.	1	2	-	-	15.00	15.00		
	CÁMARA DE BRONCEADO	INDIVIDUALES	10m2/pers.	2	2	-	-	10.50	21.00	42.00	
		PAREJA	10m2/pers.	1	2	-	-	21.00	21.00		
	ÁREA COMPLEMENTARIA	SALA DE YOGA	10m2/pers.	1	7	-	-	72.00	72.00	177.00	
		SALAS DE DESCANSO	10m2/pers.	5	6	-	-	12.00	60.00		
		JUCE BAR	10m2/pers.	1	5	-	-	45.00	45.00		
	ÁREA DE SERVICIO	KITCHENET	10m2/pers.	1	2	-	-	16.50	16.50	109.50	
		MÓDULO DE MASAJISTAS	10m2/pers.	1	4	-	-	36.00	36.00		
		PREPARACIÓN DE PRODUCTOS	10m2/pers.	1	2	-	-	18.00	18.00		
		ALMACÉN DE VELAS Y AROMAS	-	1	-	-	-	12.00	12.00		
		ALMACÉN DE ROPA	-	1	-	-	-	15.00	15.00		
ALMACÉN DE PIEDRAS, BARRO, OTROS		-	1	-	-	-	12.00	12.00			
SERVICIOS	SALA DE MÁQUINAS	-	1	-	-	-	21.00	21.00	141.00	141.00	
	LAVANDERÍA Y SECADO	-	1	-	-	-	24.00	24.00			
	ALMACÉN GENERAL	40m2/pers.	1	1	-	-	42.00	42.00			
	CUARTO DE LIMPIEZA	-	2	-	-	-	3.00	6.00			
	CUARTO DE BASURA	-	2	-	-	-	3.00	6.00			
	SS.HH. + VESTIDORES PERSONAL	VARONES	-	1	-	-	-	21.00			21.00
		MUJERES	-	1	-	-	-	21.00			21.00

ZONA CULTURAL	RECEPCIÓN	LOBBY	10m2/pers.	1	3			30.00	30.00	177.00	177.00
		INFORMES	10m2/pers.	1	2			15.00	15.00		
		SALA DE ESPERA	10m2/pers.	1	4			36.00	36.00		
		CAFETERÍA	1.5m2/pers.	1	64			96.00	96.00		
	SOCIAL	FOYER	3m2/pers.	1	32			96.00	96.00	312.00	
		CONTROL	3m2/pers.	1	2			6.00	6.00		
		PLATEA	3m2/pers.	1	70			210.00	210.00		
	PRESENTACIONES	ESCENARIO	3m2/pers.	1	32			96.00	96.00	189.00	558.00
		SALA DE ENSAYO	3m2/pers.	1	6			18.00	18.00		
		ESTAR DE ACTORES	3m2/pers.	1	7			21.00	21.00		
VESTIDORES		VARONES	3m2/pers.	1	4			12.00	12.00		
		MUJERES	3m2/pers.	1	4			12.00	12.00		
SS.HH. ACTORES		VARONES	-	1	-			15.00	15.00		
		MUJERES	-	1	-			15.00	15.00		
SERVICIOS	CABINA DE PROYECCIÓN, LUCES Y SONIDO	-	1	-			18.00	18.00	57.00		
	ALMACÉN DE INSTRUMENTOS	-	1	-			21.00	21.00			
	ALMACÉN GENERAL	-	1	-			18.00	18.00			
ATENCIÓN	INFORMES	4.5m2/pers.	1	3			15.00	15.00	24.00		
	BASE DE DATOS	4.5m2/pers.	1	2			9.00	9.00			
SOCIAL	ESTANTES DE LIBROS (AUTOSERVICIO)	4.5m2/pers.	1	10			45.00	45.00	317.00	441.00	
	SALA DE LECTURA	4.5m2/pers.	1	47			210.00	210.00			
	SALA DIGITAL	4.5m2/pers.	1	8			36.00	36.00			
	SALAS DE VIDEOCONFERENCIAS	4.5m2/pers.	2	6			13.00	26.00			
SERVICIOS	SS.HH. PÚBLICO	VARONES	-	1	-		15.00	15.00	100.00		
		MUJERES	-	1	-		12.00	12.00			
	DISCAPACITADOS	-	1	-		4.00	4.00				
	DEPÓSITO DE LIBROS	10m2/pers.	1	2			15.00	15.00			
	ALMACÉN	-	1	-			30.00	30.00			
	CUARTO DE MANTENIMIENTO	-	1	-			24.00	24.00			
SOCIAL	BARRA DE ATENCIÓN	3m2/pers.	1	10	2	8	30.00	30.00	285.00	333.00	
	VENTA DE SOUVENIRS	3m2/pers.	1	5	-	80	15.00	15.00			
	SALAS DE EXHIBICIÓN	3m2/pers.	2	80	-	80	120.00	240.00			
SERVICIOS	CABINA DE SONIDO E ILUMINACIÓN	-	1	-	-	-	18.00	18.00	48.00		
	OFICIO	-	1	-	-	-	15.00	15.00			
		ALMACÉN	40m2/pers.	1	0	-	-	15.00	15.00		

ZONA CULTURAL	ATENCIÓN	HALL DE INGRESO	10m2/pers.	1	6			60.00	60.00	375.00			
		INFORMES	10m2/pers.	2	2			7.50	15.00				
		SALA DE ESPERA	10m2/pers.	1	12			120.00	120.00				
		BOLETERÍA	10m2/pers.	1	5			45.00	45.00				
		COMPRA DIGITAL	10m2/pers.	1	4			36.00	36.00				
		CUSTODIA	10m2/pers.	1	1			9.00	9.00				
	ADMINISTRATIVA	DULCERÍA	10m2/pers.	2	9			45.00	90.00	97.50			
		CONTEO	10m2/pers.	1	1			7.50	7.50				
		CÁMARA	10m2/pers.	1	1			6.00	6.00				
		ADMINISTRACIÓN	10m2/pers.	1	2			24.00	24.00				
SALAS DE CINE	CONTABILIDAD	10m2/pers.	1	2			18.00	18.00	1945.00	2844.50			
	SALA DE REUNIONES	10m2/pers.	1	2			24.00	24.00					
	PUBLICIDAD Y MARKETING	10m2/pers.	1	2			18.00	18.00					
	SALAS DE CINE (132 personas)	Nº de asientos	4	528			206.00	824.00					
		SALAS DE CINE (92 personas)	Nº de asientos	4	768			260.00			1040.00		
	SS.HH.	VARONES	-	1	-			42.00			42.00		
		MUJERES	-	1	-			33.00			33.00		
		DISCAPACITADOS	-	1	-			6.00			6.00		
	ZONA DE SERVICIOS	JEFE DE PRODUCCIÓN	10m2/pers.	1	2			18.00			18.00	427.00	
		PERSONAL TÉCNICO	10m2/pers.	1	2			15.00			15.00		
SALA DE PROYECCIÓN		10m2/pers.	8	14			18.00	144.00					
CÁMARA		-	1	-			6.00	6.00					
DESPENSA		-	1	-			6.00	6.00					
ALMACÉN		-	1	-			12.00	12.00					
CABINA DE MONITOREO		-	1	-			24.00	24.00					
KITCHENET Y COMEDOR PERSONAL		-	1	-			27.00	27.00					
DEPÓSITO		-	1	-			16.00	16.00					
SALA DE MÁQUINAS		-	1	-			45.00	45.00					
CUARTO DE MANTENIMIENTO		-	8	-			7.50	60.00					
DEPÓSITO DE RECICLADOS		-	1	-			9.00	9.00					
DEPÓSITO DE BASURA		-	1	-			9.00	9.00					
SS.HH. + VESTIDORES		VARONES	-	1	-			18.00	18.00				
	MUJERES	-	1	-			18.00	18.00					
RECEPCIÓN	CAJA	4m2/pers.	1	2			6.00	6.00	33.00				
	VENTA DE GOLOSINAS	4m2/pers.	1	4			15.00	15.00					
	CANJE DE PRODUCTOS	4m2/pers.	1	3			12.00	12.00					
VIDEOJUEGOS	JUEGOS REDEMPCTIONS Y SIMULADORES	4m2/pers.	1		200	5	145	800.00	800.00	800.00	837.50		
	KIDDIES	4m2/pers.	1										
	SCOOTERS	4m2/pers.	1										
	GRÚAS	4m2/pers.	1										
	JUEGOS MECÁNICOS	4m2/pers.	1										
ÁREA DE SERVICIOS	HAPPY KIDS Y DIVAS	4m2/pers.	1							4.50			
	CUARTO DE TABLEROS	-	1	-			4.50	4.50					

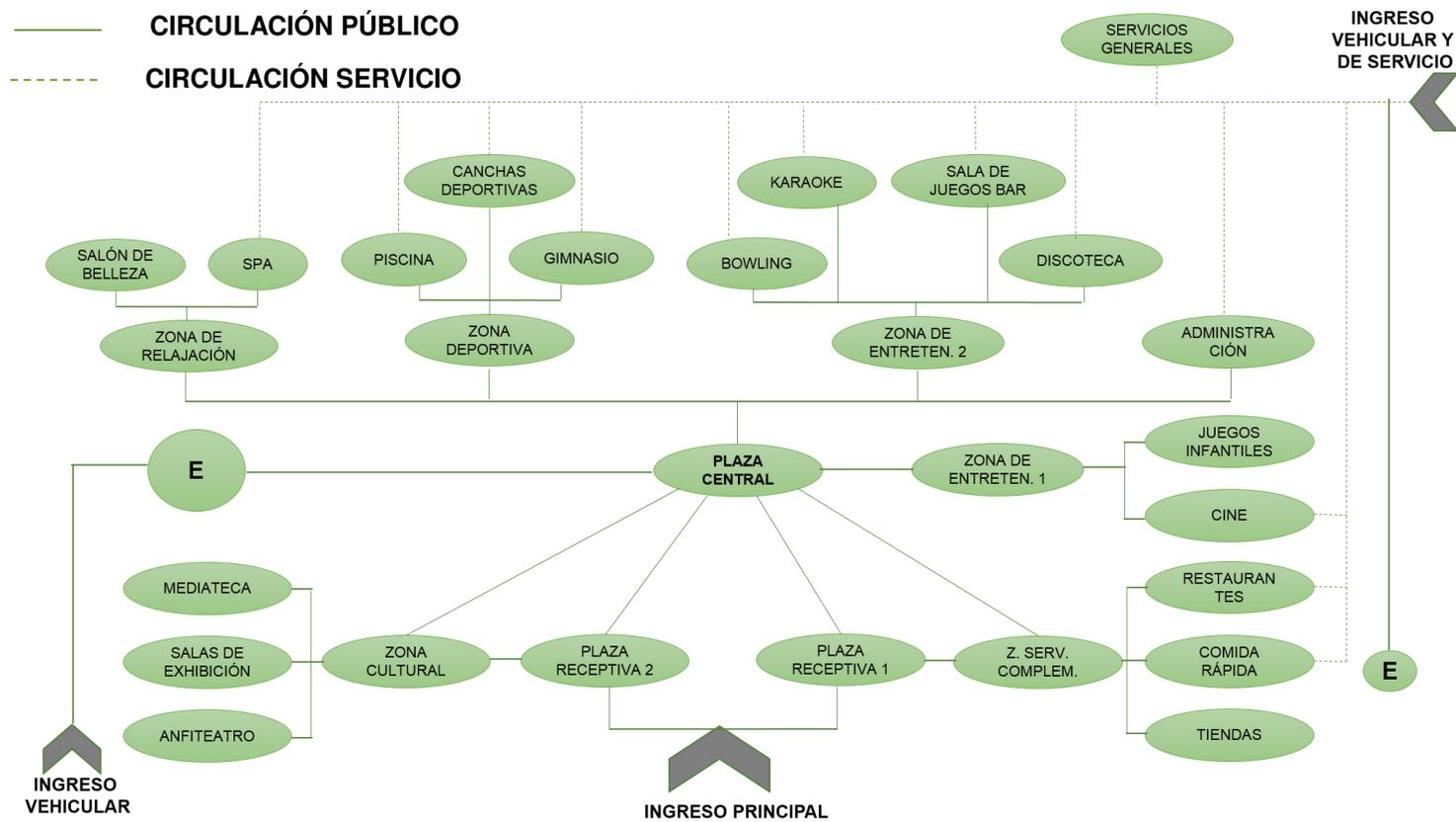
BOWLING	ATENCIÓN	CAJA	3,3m2/pers.	1	2		6.00	6.00	96.00	997.00	
		CANJE DE ZAPATOS	3,3m2/pers.	1	3		9.00	9.00			
		CUSTODIA	3,3m2/pers.	1	3		9.00	9.00			
		SALA DE ESPERA	3,3m2/pers.	1	22		72.00	72.00			
	ÁREA DE SERVICIOS	SALA DE BOLOS	3,3m2/pers.	1	164		540.00	540.00	760.00		
		ÁREA DE MESAS + FAST FOOD	3,3m2/pers.	1	41		136.00	136.00			
		BAR	3,3m2/pers.	1	11		36.00	36.00			
		SS.HH.	VARONES +DISC	2l, 2L, 2U	1	-		24.00			24.00
			MUJERES +DISC	2l, 2L	1	-		24.00			24.00
		COCINA	-	1	-		45.00	45.00			
	ÁREA DE SERVICIOS	ALMACÉN DE ALIMENTOS	-	1	-		15.00	15.00	141.00		
		ALMACÉN DE BEBIDAS	-	1	-		9.00	9.00			
		FRIGORÍFICO	-	1	-		12.00	12.00			
		ALMACÉN DE BOLOS	-	1	-		15.00	15.00			
		ALMACÉN GENERAL	-	1	-		21.00	21.00			
		CUARTO DE MANTENIMIENTO	-	1	-		18.00	18.00			
		CUARTO DE LIMPIEZA	-	1	-		6.00	6.00			
RECEPTIVA	ATENCIÓN Y GUARDARROPA	1m2/pers.	1	12		12.00	12.00	12.00			
	ÁREA DE MUEBLES Y MESAS	1m2/pers.	1	160		160.00	160.00	229.00			
SOCIAL	BOX	1m2/pers.	4	48		12.00	48.00				
	BAR	1m2/pers.	1	21		21.00	21.00				
	SERVICIOS	SS.HH.	VARONES +DISC	2l, 2L, 2U	1	-	21.00		21.00		
MUJERES +DISC			2l, 2L	1	-	21.00	21.00				
CUARTO DE DJ		-	1	-		6.00	6.00				
COCINA		-	1	-		30.00	30.00				
ALMACÉN DE BEBIDAS		-	1	-		6.00	6.00				
ALMACÉN DE ALIMENTOS		-	1	-		9.00	9.00				
CUARTO DE LIMPIEZA		-	1	-		4.50	4.50				
SALAS DE JUEGOS - BAR	RECEPCIÓN	INFORMES	10m2/pers.	1	1		6.00	6.00	18.00		
		CUSTODIA	10m2/pers.	1	1		12.00	12.00			
	SOCIAL	SS.HH.	VARONES +DISC	3l, 3L, 3U	1	-	18.00	18.00	430.00		
			MUJERES +DISC	3l, 3L	1	-	12.00	12.00			
		CAJA	3,3m2/pers.	1	1		4.00	4.00			
		BAR	3,3m2/pers.	1	11		36.00	36.00			
		ÁREA DE MESAS	3,3m2/pers.	1	29		96.00	96.00			
		SALA DE JUEGOS DE MESA	3,3m2/pers.	1	38		124.00	124.00			
	SERVICIOS	SALÓN DE BILLAR	3,3m2/pers.	1	42		140.00	140.00	76.50		
		ALMACÉN DE BEBIDAS	-	1	-		15.00	15.00			
		ALMACÉN DE IMPLEMENTOS DE JUEGO	-	1	-		12.00	12.00			
		ALMACÉN GENERAL	-	1	-		12.00	12.00			
		SS.HH. + VESTIDORES PERSONAL	VARONES	3m2/pers.	1	8		24.00		24.00	
MUJERES			3m2/pers.	1	5		13.50	13.50			
DISCOTECA		ATENCIÓN	BOLETERÍA Y GUARDARROPA	10m2/pers.	1	1		9.00		9.00	28.50
	ESCLUSA		10m2/pers.	1	2		15.00	15.00			
	CONTROL		10m2/pers.	1	0		4.50	4.50			
	SOCIAL GENERAL	BAR	1m2/pers.	1	36		36.00	36.00	331.50		
		PISTA DE BAILE	1m2/pers.	1	60		60.00	60.00			
		ÁREA DE MESAS	1m2/pers.	1	198		198.00	198.00			
		SS.HH.	VARONES +DISC	3l, 3L, 3U	1	-		24.00		24.00	
			MUJERES +DISC	3l, 3L	1	-		13.50		13.50	
	SOCIAL VIP	BAR	1m2/pers.	1	36		36.00	36.00	378.00		
		PISTA DE BAILE	1m2/pers.	1	102		102.00	102.00			
ÁREA DE MUEBLES		1m2/pers.	1	210		210.00	210.00				
SS.HH.		VARONES +DISC	3l, 3L, 3U	1	-		18.00	18.00			
	MUJERES +DISC	3l, 3L	1	-		12.00	12.00				
PRESENTACIONES	ESCENARIO	-	1	-		36.00	36.00	36.00			
SERVICIOS	CUARTO DE DJ	-	1	-		6.00	6.00	117.00			
	CUARTO DE SONIDOS Y LUCES	-	1	-		30.00	30.00				
	ALMACÉN GENERAL	-	1	-		30.00	30.00				
	CUARTO DE LIMPIEZA	-	1	-		6.00	6.00				
	CUARTO DE MANTENIMIENTO	-	1	-		21.00	21.00				
	SS.HH. + VESTIDORES ACTORES	VARONES	-	1	-		12.00		12.00		
MUJERES		-	1	-		12.00	12.00				

ZONA DE SERVICIOS COMPLEMENTARIOS	RECEPCIÓN	RECEPCIÓN Y CAJA	10m2/pers.	3	2			6.00	18.00	48.00	1390.50	
		ADMINISTRACIÓN	10m2/pers.	2	3			15.00	30.00			
	ÁREA SOCIAL	ÁREA DE MESAS		1.5m2/pers.	2	200			180.00	360.00		858.00
				1.5m2/pers.	1	480			300.00	300.00		
		SS.HH.	VARONES + DISC	2l, 2L, 2U	3	-			10.00	30.00		
			MUJERES + DISC	2l, 2L	3	-			10.00	30.00		
		TERRAZA		1.5m2/pers.	2	72			54.00	108.00		
	BAR		1.5m2/pers.	1	20			30.00	30.00			
	ÁREA DE SERVICIO	OFICIO		9.3m2/pers.	3	2			6.00	18.00		484.50
		COCINA	ÁREA DE LAVADO	9.3m2/pers.	3	26			80.00	240.00		
			COCINA CALIENTE	9.3m2/pers.								
			COCINA FRÍA	9.3m2/pers.								
			ÁREA DE SERVIDO	9.3m2/pers.								
		DESPENSA		-	3	-			4.50	13.50		
		CÁMARA FRIGORÍFICAS		-	3	-			12.00	36.00		
		ALMACÉN	INSUMOS Y BEBIDAS	-	3	-			18.00	54.00		
			MENAJE	-	3	-			12.00	36.00		
		SS.HH. Y VESTIDORES PERSONAL	VARONES	-	3	-			10.50	31.50		
			MUJERES	-	3	-			10.50	31.50		
		CUARTO DE BASURA		-	3	-			3.00	9.00		
CUARTO DE LIMPIEZA		-	3	-			5.00	15.00				
ATENCIÓN	BARRA DE ATENCIÓN		1.5m2/pers.	6	84			21.00	126.00	144.00		
	CAJA		1.5m2/pers.	6	12			3.00	18.00			
SOCIAL	PATIO DE COMIDAS		1.5m2/pers.	1	427			640.00	640.00	640.00		
SERVICIOS	COCINA		9.3m2/pers.	6	27			42.00	252.00	369.00		
	CÁMARA FRIGORÍFICA		-	6	-			9.00	54.00			
	ALMACÉN		-	6	-			7.50	45.00			
	SS.HH. DE PERSONAL		1l, 1L	6	-			3.00	18.00			
ATENCIÓN	CAJA		2.8m2/pers.	12	26			6.00	72.00	936.00		
	SALA DE EXHIBICIÓN 75m2		2.8m2/pers.	10	268			75.00	750.00			
	SALA DE EXHIBICIÓN 45m2		2.8m2/pers.	2	32			45.00	90.00			
	VESTIDORES		-	12	-			2.00	24.00			
	ALMACÉN + SH		1l, 1L	12	-			9.00	108.00			
ZONA DE SERVICIOS GENERALES	ESTACIONAMIENTO	CASETA DE CONTROL		-	3	-		9.00	27.00	3305.50		
		ESTACIONAMIENTOS (24)		-	1	-		3012.50	3012.50			
		ESTAC. PARA DISCAPACITADOS		-	1	-			266.00		266.00	
	PATIO DE MANIOBRAS		-	1	-			230.00	230.00	230.00		
	PATIO DE CARGA Y DESCARGA		-	1	-			50.00	50.00	50.00		
	ALMACÉN GENERAL		-	1	-			30.00	30.00	30.00		
	DEPOSITO DE BASURA		-	1	-			12.00	12.00	12.00		
	CUARTO DE MÁQUINAS		-	1	-			24.00	24.00	24.00		
	CASETA DE VIGILANCIA		-	1	-			6.00	6.00	6.00		
	CUARTO DE LIMPIEZA		-	1	-			9.00	9.00	9.00		
	ÁREA DE CONTROL TÉCNICO	CUARTO DE MONITOREO		-	1	-			18.00	18.00	84.00	
		CUARTO DE CLIMATIZACIÓN		-	1	-			21.00	21.00		
		CUARTO DE TABLEROS ELÉCTRICOS		-	1	-			21.00	21.00		
		MANTENIMIENTO TÉCNICO		-	1	-			24.00	24.00		
	SERVICIOS HIGIÉNICOS Y VESTIDORES	SS.HH. PERSONAL	VARONES	3l, 3L, 3U	1	-			16.00	16.00	48.00	
			MUJERES	3l, 3L	1	-			14.00	14.00		
		VESTUARIOS PERSONAL	VARONES	3D	1	-			9.00	9.00		
			MUJERES	3D	1	-			9.00	9.00		
	COMEDOR DE PERSONAL		-	1	-			88.00	88.00	88.00		
	CUARTO DE BOMBAS		-	1	-			24.00	24.00	24.00		
SUBESTACIÓN ELÉCTRICA		-	1	-			9.00	9.00	9.00			
GRUPO ELÉCTROGÉNO		-	1	-			15.00	15.00	15.00			
CUARTO DE HERRAMIENTAS PARA ÁREAS VERDES		-	1	-			6.00	6.00	6.00			
AIRE ACONDICIONADO		-	1	-			18.00	18.00	18.00			

AREA TOTAL	21832.50
(CIRCULACIÓN, MUROS Y PLAZAS TECHADAS)	10600.00
TOTAL	32432.50

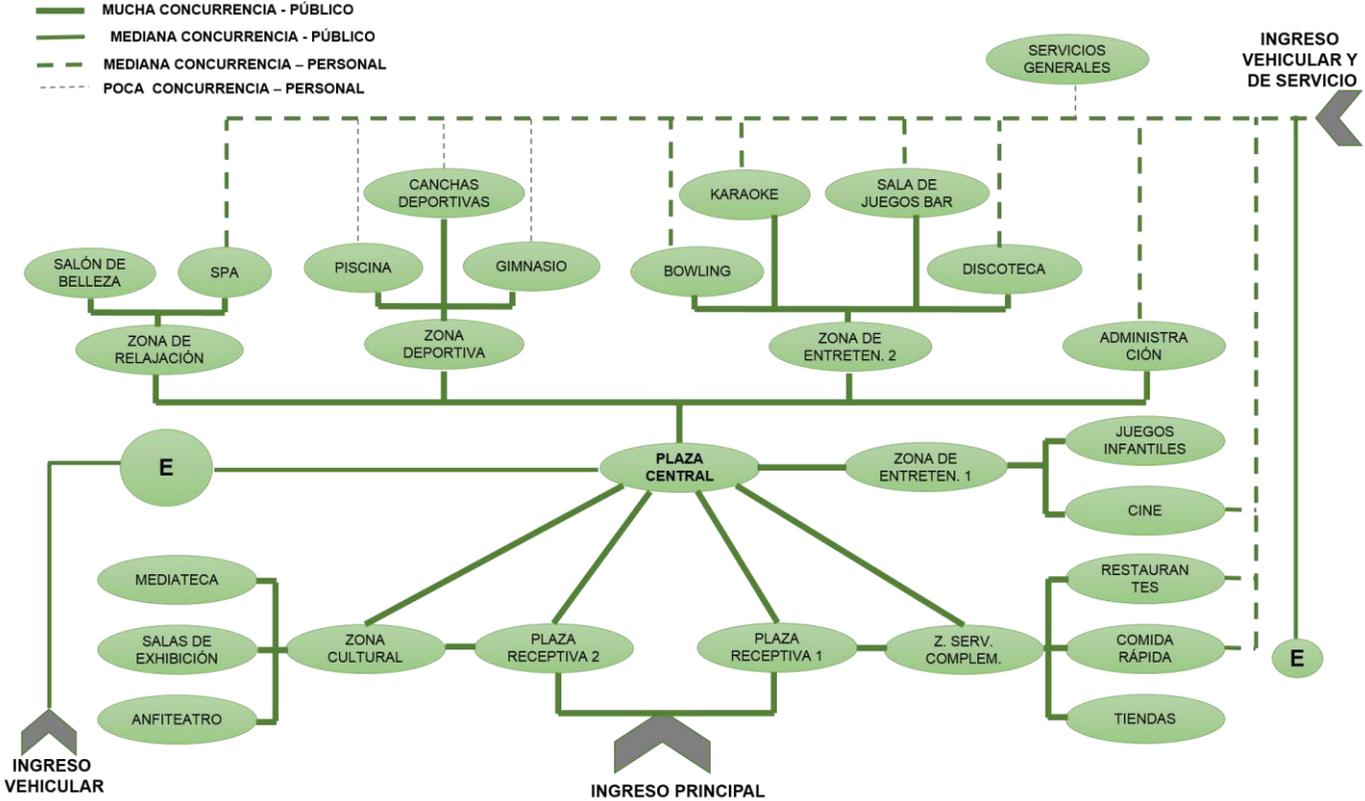
9.5 Organigramas

9.5.1 Organigrama funcional general



9.6 Flujogramas

9.6.1 Flujograma funcional general



9.7 Proceso arquitectónico

9.7.1 Toma de partido

Con el fin de obtener una adecuada propuesta arquitectónica, se desarrolló una amplia investigación sobre el tema, la cual nos permitió concluir y obtener recomendaciones, determinándose así, lineamientos de programa y de diseño, los primeros nos permitieron elaborar el programa arquitectónico y los segundos realizar un adecuado diseño del proyecto. Se estudió el terreno elegido teniendo en consideración el análisis realizado en los capítulos de estudio físico natural y diagnóstico urbano.

El terreno se encuentra en eje muy importante para el distrito, ya que como se ha descrito anteriormente, está ubicado en la intersección de una vía regional y una de las avenidas principales del distrito, dándole jerarquía al proyecto. Actualmente este sector se encuentra en crecimiento, por lo tanto el entorno inmediato está desocupado.

Un centro de ocio es una propuesta de infraestructura imponente, debido a la gran escala que tiene el proyecto y las diversas actividades que en él se desarrollan, por lo tanto será concebido de la misma forma.

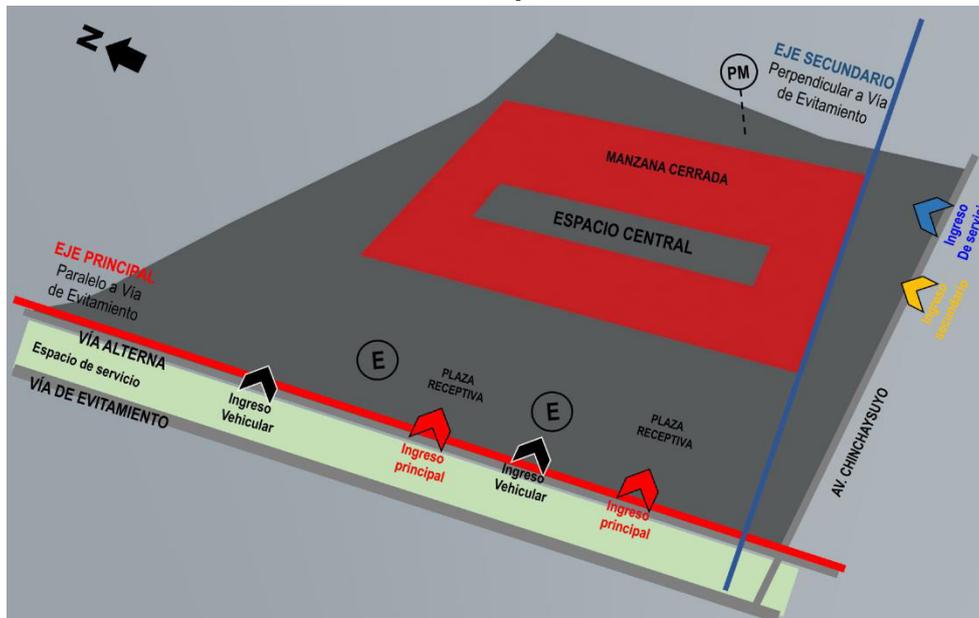
El terreno donde se diseña el proyecto quedó reducido en 4.92 has., debido al retiro exigido de servicio por la línea de alta tensión que recorre la Vía de Evitamiento y las vías alternas de doble sentido; adicional a esto se realizó el retiro de 15m. en la prolongación de la avenida Chichaysuyo, tal como lo indica el PDU de Chiclayo por estar ubicado colindante con la acequia Yortuque.

Consta de dos frentes colindantes a la calle, definiéndose como principal el ubicado frente a la vía de Evitamiento, por la preeminencia que posee en el sector, por lo tanto en este se establecen los ingresos principales tanto peatonales como

vehiculares; el otro frente ubicado hacia la Av. Chinchaysuyo, es determinado como acceso secundario y de servicio por ser una vía de menor flujo vehicular. Habiendo establecido los accesos, se genera el eje principal paralelo a la vía de Evitamiento, retirándose del límite de terreno con el fin de generar un espacio de recibimiento y separar el edificio de la calle.

Posteriormente se plantea un espacio central como elemento principal del proyecto, donde concurrirán todas las funciones del edificio, generando así una manzana cerrada que contendrá los diversos bloques.

FIGURA N° 9.9
Toma de partido



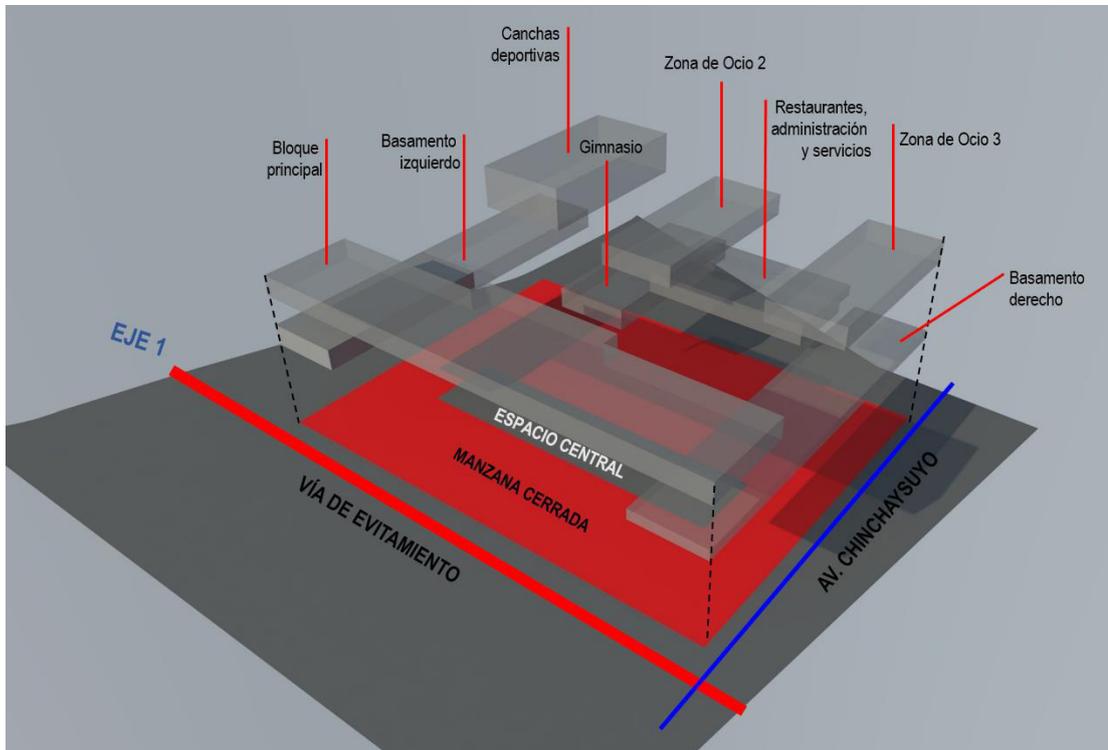
Elaboración propia

9.7.2 Implantación

Se distribuyen bloques rectangulares de 24x60m para los volúmenes del proyecto (el largo es determinado porque es la mayor distancia de evacuación permitida con rociadores). Considerando el concepto de permeabilidad en el proyecto, se eleva el bloque principal (cine) ubicado en el eje paralelo a la vía de

Evitamiento, el cual será apoyado sobre dos bloques perpendiculares ubicados a los extremos, funcionando como basamento (lado izquierdo zona cultural y de relajación, lado derecho zona comercial). En el lado posterior se disponen los bloques paralelamente a los basamentos, de izquierda a derecha: bloque de zona deportiva (el cual es retranqueado con el objetivo de obtener un mayor espacio receptivo) y bloque perpendicular de 54X30m que contiene los restaurantes, zona administrativa y servicios generales. Finalmente sobre la zona de restaurantes pero perpendicular a esta se encuentra el bloque de bowling y karaoke a partir del tercer nivel, generando una doble altura en el primer nivel donde se coloca la zona de mesas. Sobre la planta libre del segundo nivel del basamento derecho, se encuentran de la misma forma que el bloque anterior, la discoteca y sala de juegos bar, ambos se aprecian como volúmenes en volado apoyados sobre columnas circulares.

FIGURA Nº 9.10
Implantación



Elaboración propia

9.7.3 Estrategias proyectuales

Cabe mencionar que para la implantación del proyecto se tuvieron en cuenta las siguientes estrategias proyectuales:

- **Permeabilidad:** con la estructura liberada, se generan espacios permeables que permiten conectar el interior con el exterior de manera visual y espacial.
- **Espacio central- eventualidades:** se genera un espacio central flexible de ocio, los que derivan a una multiplicidad de usos desarrollados con una superficie permeable.
- **Calles interiores:** se originan calles interiores que conectan los diversos volúmenes con el espacio central y los exteriores.
- **Microclimas, luz y sombra:** se producen sombras de dos maneras por espacios techados y por árboles en espacios de estar; y luz hacia la parte central regulando la temperatura del peatón en microclimas.

9.7.4 Zonificación

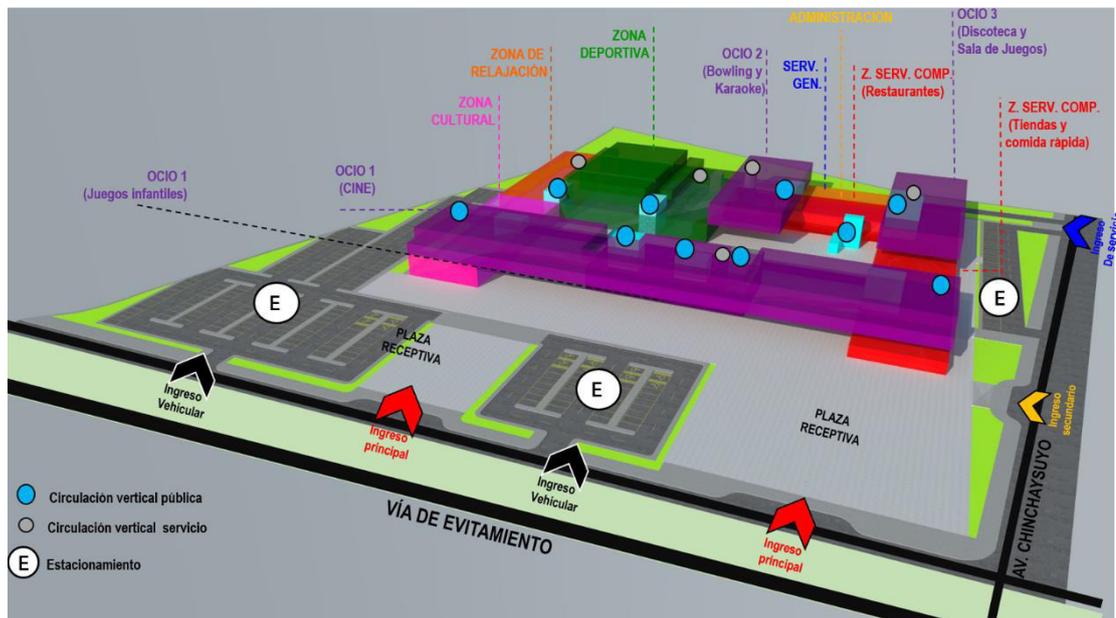
El proyecto según el programa arquitectónico, contiene siete zonas, que son: zona cultural, de relajación, deportiva, entretenimiento (cine, juegos infantiles, bowling, karaoke, discoteca y sala de juegos bar), servicios complementarios, servicios generales y administración.

Las zonas están dispuestas de acuerdo a los requerimientos que tienen por las funciones que en ellas se desarrollan, en el basamento izquierdo y colindante con propiedad de terceros, se plantea la zona cultural (anfiteatro, mediateca y sala de exposiciones) y de relajación en bloques de dos pisos, este sector por encontrarse alejado de las avenidas se encuentra alejado del ruido tal como lo requieren sus instalaciones. La zona deportiva contigua a la

zona de relajación (piscina, gimnasio y canchas deportivas), al costado del gimnasio se ubica la zona de servicios complementarios que alberga los restaurantes que dan hacia el espacio central y en el bloque posterior se encuentra servicios generales en el primer nivel y la zona administrativa en el segundo nivel. En el basamento izquierdo se ubica igualmente servicios complementarios con tiendas hacia la Av. Chinchaysuyo y locales de comida rápida hacia el espacio central donde se ubica la zona de mesas. Sobre los basamentos y en el frente principal se encuentra la zona de entretenimiento que contiene al cine y debajo de este en la zona central, los juegos infantiles techados.

Finalmente en los dos bloques posteriores que sobresalen desde el tercer nivel se encuentran los bloques de entretenimiento que contienen al bowling, karaoke, discoteca y sala de juegos bar, ambos conectados por un espacio de estar.

FIGURA Nº 9.11
Zonificación



Elaboración propia

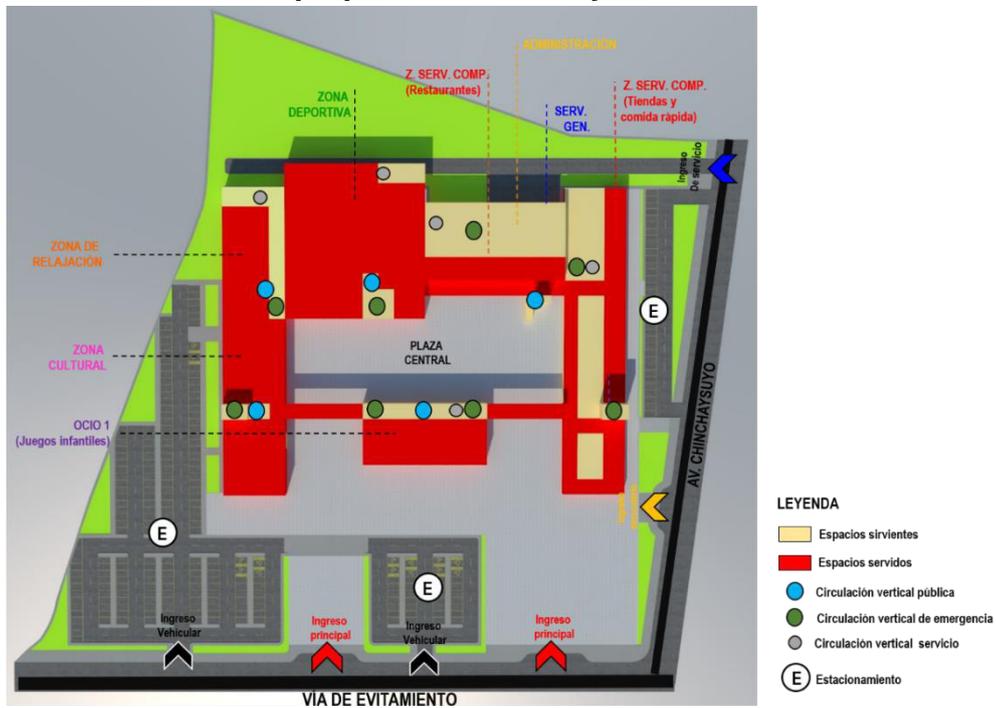
9.7.5 Empaquetamiento

El proyecto se encuentra empaquetado de tal manera que tanto los espacios sirvientes como espacios servidos no mezclen sus circulaciones y funciones, por lo tanto los espacios sirvientes de cada bloque permitirán abastecer adecuadamente a los espacios servidos (acceso al público). En la mayoría de zonas se tiene un ingreso independiente para el personal de servicio y otro para el público en general, salvo aquellas donde el abastecimiento no es continuo.

En las Figuras 9.12 y 9.13, se indica con color rojo los espacios servidos y color crema los espacios sirvientes, además de las circulaciones verticales de servicio, públicas y de emergencia que permiten conectarse entre los diferentes niveles.

FIGURA Nº 9.12

Empaquetamiento 1er y 2do nivel



Elaboración propia

FIGURA Nº 9.13

Empaquetamiento 3er y 4to nivel



Elaboración propia

9.7.6 Sistema constructivo

El proyecto plantea dos tipos de sistema constructivo: en primer lugar un sistema de concreto armado con columnas, placas, vigas y losa nervada de 0.55m, manteniendo luces de 6, 9 y 12m, este sistema es utilizado para casi todos los bloques del edificio.

El otro sistema constructivo es empleado para la zona deportiva, específicamente el sector donde se ubican las piscinas y canchas deportivas, donde se requieren grandes luces debido a la función que en éste se desarrollan; por lo tanto se plantea una estructura con tridilosa de 0.94m de altura, la cual está apoyada en placas y columnas de concreto armado, cubriendo así una luz de 30 mts.

9.7.7 Cerramiento

En el proyecto se emplea los siguientes materiales para el cerramiento:

- Concreto expuesto con líneas verticales en muros y horizontales en columnas, ubicadas cada 5cm. Este acabado se aplica en el primer nivel de los bloques, con el fin de que se aprecie zócalo de los volúmenes.
- Sistema U-glas, que es un vidrio translúcido de superficie texturada y sección en forma de “u”, lo que permite la construcción de grandes tabiques y cerramientos sin necesidad de usar perfilería metálica adicional a excepción de la usada perimetralmente. Este sistema se usa en los bloques de ocio (cine, bowling, karaoke, discoteca y sala de juegos bar) y el spa.
- Vidrio templado con estructura de aluminio: se plantea como cerramiento de la zona cultural (mediateca y salas de exhibición), gimnasio, tiendas y restaurantes con la estructura interna; y en piscina y administración con estructura como marco del vidrio.

9.7.8 Imágenes 3d

FIGURA N° 9.14
Vista de plaza de ingreso y bloque principal



Elaboración propia

FIGURA N° 9.15
Vista de zona cultural y cine



Elaboración propia

FIGURA Nº 9.16
Vista de ingreso de lado izquierdo



Elaboración propia

FIGURA Nº 9.17
Vista de ingreso de lado derecho



Elaboración propia

FIGURA Nº 9.18
Vista de bloque de bowling y karaoke, desde segundo nivel



Elaboración propia

FIGURA Nº 9.19
Vista de zona deportiva y bloques de ocio



Elaboración propia

FIGURA Nº 9.20
Vista de zona de mesas



Elaboración propia

FIGURA Nº 9.21
Vista de plaza central desde segundo nivel



Elaboración propia

FIGURA N° 9.22
Vista desde hall de zona deportiva



Elaboración propia

FIGURA N° 9.23
Vista exterior de zona deportiva y bloque de spa



Elaboración propia

FIGURA N° 9.24
Vista exterior de bloques de ocio



Elaboración propia

FIGURA N° 9.25
Vista de zona canchas deportivas en el tercer piso



Elaboración propia

REFERENCIAS

1. Acerenza, Miguel Ángel. (1999). Administración del turismo. México: 6ª edición, p. 49.
2. Alatorre Moreno, Ariel. (2011). ¿Qué es el ocio y sus tipos?. Sitio web: <http://www.recreatefacil.com.blogspot.pe/2011/04/que-es-el-ocio-y-sus-tipos.html>
3. Alvarez Ureña, Carlos Americo. (2009). Capítulo 1: El Bar. Tipos de bares. Sitio web: <http://www.mailxmail.com/curso-montar-bar-tipos-bares-equipamiento-bebidas/bar-tipos-bares>
4. Alvites Ramírez, Darío y Campos Cerquera, Janier. (2005). Centro de ocio, entretenimiento y diversión para la ciudad de Chiclayo. Universidad Pedro Ruiz Gallo.
5. Aragón Sánchez, Lisette y Inchaustegui Gil, Rolando. (2006). Centro de Ocio y Comercio para la ciudad del Cusco - Plaza Santa Ana. Universidad Ricardo Palma.
6. Aron, Trais Essais sur II. (1966). Age Industriel. p.230.
7. ARQHYS Arquitectura. Funcionalismo en arquitectura. Sitio web: <http://www.arqhys.com/contenidos/funcionalismo-arquitectura.html>.
8. ARQUBA.COM. Funcionalismo. Sitio web: <http://www.arquba.com/monografias-de-arquitectura/funcionalismo-2/>
9. Asociación Internacional World Leisure & Recreation Association. (1993).
10. Barros Hoffens, Gonzalo. (2004). Parque de Ocio - Recuperación Edificio Los Teatros. Universidad de Chile. Santiago de Chile. Sitio web: http://www.tesis.uchile.cl/tesis/uchile/2004/barros_g/html/index-frames.html.
11. Benedict R. (1971). Patterns of Culture. La cultura del ocio y su función de cambio social hacia el final del siglo XX de Miguel Juárez Gallego. p.34
12. Biblioteconomía. (2002). Concepto de biblioteca. Tipos y función. Perspectivas de Futuro. p.1-2. Sitio web: <http://www.bibliopos.es/Bibliion-A2-Biblioteconomia/01Concepto.pdf>
13. Blogdiario.com. Restaurantería y servicio. Sitio web: <http://infoalimentaria.blogspot.es/1446004265/clasificacion-de-los-restaurantes/>

14. Boas, Franz. (1930). Anthropology. Nueva York: Enciclopedia de las Ciencias Sociales.
15. Brea, Rafael. (2012). Elementos del contexto. SLIDESHARE. Sitio web: <http://es.slideshare.net/Rabreco/elementos-del-contexto-1974171>.
16. Casagrande, Marco. (2003). Acupuntura Urbana. Third Generation City. Sitio web: <http://casagrandetext.blogspot.pe/2013/03/acupuntura-urbana.html>.
17. Chavarry Amaya, Sergio Mauricio y Salamanca León, Cesar Augusto. (2012). Estudio de factibilidad para la creación de un centro de bowling en la ciudad de Bogotá. Universidad distrital Francisco José de Caldas. Sitio web: <http://www.udistrital.edu.co:80>.
18. Colinas, Marina. (2015). La sociología del ocio. Prezi. Sitio web: <https://prezi.com/xhmotwnv9spp/la-sociologia-del-ocio/>.
19. CONSIA Consultans. (2007). Desarrollo de un Sistema Sustentable de Transporte Público en Chiclayo.
20. Consultores de investigación de mercado. (2003). Perspectivas de evolución de los centros especializados en Ocio en la Comunidad Valenciana. Euta, p.164-167.
21. Cordero, Damián y Suarez, René. (2010). Estudio sobre los motivadores de uso de los Spas. Ecuador: Escuela politécnica del litoral, p.12-15
22. Cuenca Cabeza, Manuel. (1999). Ocio y formación - Hacia la equiparación de oportunidades mediante la educación del ocio. Bilbao: Documentos de Estudio de Ocio N°7-Universidad de Deusto, p.19-20.
23. Cuenca Cabeza, Manuel. (2000).
24. Definición.DE. (Sin fecha). Definición del funcionalismo. Sitio web: <http://definicion.de/funcionalismo/>.
25. Definición.DE. (2004) Spa. Sitio web: <http://definicion.de/spa/>
26. Diccionario Actual. (Sin fecha). ¿Qué es anfiteatro?. Sitio web: <https://diccionarioactual.com/anfiteatro/>
27. Dumazedier, Joffre. (1987). Ocio y sociedad de clases en España. Minello, p.14.

28. E. Pinilla de Hera. (1996). Apuntes para una sociología del ocio y del Turista. Cuadernos de Arquitectura. Sitio web: <http://www.raco.cat/index.php/CuadernosArquitectura/article/view/110046>.
29. EcuRed. (Sin fecha). Ocio. Sitio web: <https://www.ecured.cu/Ocio>
30. Escudero Gómez, L. A. (2008). Los centros comerciales. Espacios postmodernos de ocio y consumo. Ciudad Real: Colección Monografías de la Universidad de Castilla la Mancha.
31. Esteve Secall, Rafael. (2001). Nuevo segmento emergente de turismo: Los Parques Temáticos. Cuadernos de turismo. España, p 35-54. Sitio web: <http://www.redalyc.org/pdf/398/39800703.pdf>.
32. Fernández, Roberto. (1999). El proyecto final. Montevideo: Editorial Dos Puntos, p. 95.
33. Fernández, Roberto. (1999-2000). ¿Contextualmente correcto?. Buenos Aires: Summa N° 40, p. 177.
34. Finanzas, Economía y Mercados. (2013). Real Plaza una cadena de centros comerciales 100% de capitales peruanos". Sitio web: www.peru.publiboda.com/empresas/datos/centros.-comerciales/centro-comercial-real-plaza-chiclayo/1769090/.
35. Fundación FOESSA. (1976). Estudios sociológicos sobre la situación y la situación social de España 1975. Madrid: Euramérica, 1028.
36. García Montés. (2000). p.43.
37. Gobbi, Mauricio. (Sin fecha). La superación del método contextualista en Arquitectura.
38. Gobierno Provincial de Chiclayo. (2004). Plan de Desarrollo Concertado de la provincia de Chiclayo 2004-2010. p.8.
39. Gobierno Regional de Lambayeque. (2011). Plan de Desarrollo Concertado Regional Lambayeque 2011-2021. p.28.
40. Gonzáles Molina, Antonio. (Sin fecha). Perspectivas y tendencias del ocio y la recreación en el Siglo XXI. VI SIMPOSIUM Internacional.
41. González Seara, L. (1971).

42. Gutiérrez, Rafael. (2003). Turismo y ocio, la ocupación del tiempo libre. Valdepeñas: Diplomatura de turismo. Sitio web: <http://www.estudio-arqueologia.es/pdfs/publicaciones/gutierrezdecalderon.pdf>.
43. Instituto Nacional de defensa Civil. (2003). Plan de Prevención ante desastres: Usos del suelo y Medidas de Mitigación - Ciudad de Chiclayo. p.8.
44. Instituto Nacional de defensa Civil. (2003). Plan de Prevención ante desastres: Usos del suelo y Medidas de Mitigación - Ciudad de Chiclayo. p.30-31.
45. Instituto Nacional de defensa Civil. (2003). Plan de Prevención ante desastres: Usos del suelo y Medidas de Mitigación - Ciudad de Chiclayo. p.45.
46. Instituto Nacional de defensa Civil. (2003). Plan de Prevención ante desastres: Usos del suelo y Medidas de Mitigación - Ciudad de Chiclayo. p.78-81.
47. Islas, Erick. (2012). Funcionalismo. SLIDESHARE. Sitio web: <http://es.slideshare.net/erickislasgomez/funcionalismo-14652678>.
48. Jbasualdo. (2009). Ocio. SLIDESHARE. Sitio web: <https://es.slideshare.net/jbasualdo/ocio-presentation>.
49. Katsigris y Porter. (1991). Capítulo II: Marco Teórico. p.8. Sitio web: http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lhr/bueno_g_l/capitulo2.pdf
50. Klukhohn. (1962). La cultura del ocio y su función de cambio social hacia el final del siglo XX de Miguel Juárez Gallego. p.32
51. Landes, D. D. (1979). Proceso tecnológico y revolución industrial. Madrid, p.15.
52. Le Corbusier y Wright, Frank. (2012). Arquitectura funcionalista. La Historia. Sitio web: <http://lahistorialaedadmoderna.blogspot.pe/2012/05/arquitectura-funcionalista-se-designa.html>.
53. Lerner, Jaime. (2003). Acupuntura Urbana. Rio de Janeiro, Sao Paulo. Editora Record. Sitio web: <https://es.escribd.com/doc/63772360/Acupuntura-Urbana>.
54. Margulis. (2008). Hoy es noche de antro: La discoteca como espacio productor de diferenciación social entre jóvenes de Cuernavaca, Morelos, México. Por Ramírez López, Alejandra. p.3.
55. Martín Cerdeño, Víctor J. (2002). El comercio y el turismo en la nueva economía del ocio. Distribución y consumo 11.
56. Martínez del Castillo (1996). p.14.
57. MINCETUR. (2004). Reglamento de Restaurantes. Capítulo I.

58. Morfín Herrera, María del Carmen. (2006). Administración de comedor y bar. Editorial Trilla.
59. Moreno, Inés. (Sin fecha). Recreación. Cuadernillo interno. Sitio web: <http://docplayer.es/180733-Unidad-2-tiempo-libre-y-recreacion.html>
60. Mundy y Odum (1998) y Datillo (1995)
61. Municipalidad Provincial de Chiclayo. (2011). Plan de Desarrollo Urbano Metropolitano PDU 2011 - 2016. p.73-74
62. Muñoz Corvalán, José Luis. (2012). El ocio y Tiempo Libre en la Sociedad Actual - Contribuciones a las Ciencias Sociales. Revista de la Universidad de Málaga. Sitio web: <http://www.eumed.net/rev/cccss/21/jlmc.html>.
63. Oltra, Benjamín. (1995). Cultura y tiempo. Madrid: AQguaclara, p.24.
64. Organización Mundial del Turismo (OMT). (Sin fecha). Sitio web: http://www.world-tourism.org/estadisticas/basic_references/index-sp.html.
65. Organización Mundial del Turismo (OMT). (Sin fecha). Entender el turismo: Glosario básico. Sitio web: <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>.
66. Padilla, Óscar De la Torre. (1991).
67. R. Linton. (1942). En la Cultura del ocio y su función de cambio social hacia el final del S.XX. Miguel Juárez Gallego. p.31
68. Real Academia Española. (Sin fecha). Tienda
69. Rocker, Rudolf. (1962). Nacionalismo y Cultura. México: Editorial Cajica, p.95
70. Subgerencia de Defensa Civil - Municipalidad de San Miguel. (2015). Plan de Educación Comunitaria ante Riesgo de Desastres en el Distrito de San Miguel. p. 9
71. Torres, Ángeles. (2015). que tratamientos podemos ofrecer en un spa. Deusto Salud. Sitio web: <http://www.deustosalud.com/blog/terapias-naturales/que-tratamientos-podemos-ofrecer-spa>.
72. Tylor, Edward B. (1871). Primitive Culture. J. Murria Pub, p.1
73. UNESCO. (1948). Declaración Universal de los Derechos del Hombre. París: Asamblea General, Artículo 24.

74. Vásquez. (2008). Evolución de los Restaurantes, por Centurión López, Arnold y Pinillos Alarcón, Renzo. Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. Sitio web: <https://es.slideshare.net/oscarlopezregalado/restaurantes-13668017>
75. Veblen, Thornstein. (Sin Fecha). Ocio es consumo no productivo de tiempo. Enciclonet. Sitio web: http://www.enciclonet.com/canal/ocio_y_tiempo_libre.
76. Weber, Erich. (1963). Pestana 2007, p.17.
77. Weber L. El problema del tiempo libre. Sitio web: <http://docplayer.es/180733-Unidad-2-tiempo-libre-y-recreacion.html>
78. Wikimapia. (Sin fecha). Distrito de San Miguel (Lima, Perú). Sitio web: <http://wikimapia.org/2230361/es/Distrito-de-San-Miguel-Lima-Per%C3%BA>.
79. Wikipedia. (Sin fecha). Bowling. Sitio web: <https://es.wikipedia.org/wiki/Bowling>
80. Wikipedia. (Sin fecha). Centro Comercial Plaza San Miguel. Sitio web: https://es.wikipedia.org/wiki/Distrito_de_San_Miguel.
81. Wikipedia. (Sin fecha). Chiclayo. Sitio web: <https://es.wikipedia.org/wiki/Chiclayo#Clima>.
82. Wikipedia. (Sin fecha). Distrito de San Miguel. Sitio web: https://es.wikipedia.org/wiki/Distrito_de_San_Miguel.
83. Wikipedia. (Sin fecha). Discoteca. Sitio web: <https://es.wikipedia.org/wiki/Discoteca>
84. Wikipedia. (Sin fecha). Parque temático. Sitio web: https://es.wikipedia.org/wiki/Parque_tem%C3%A1tico
85. Wikipedia. (Sin fecha). Real Plaza Chiclayo. Sitio web: htss://es.m.wikipedia.orp/wiki/Real_Plaza_Chiclayo.
86. Wikipedia. (Sin fecha). Revolución Industrial. 2017. Sitio web: https://es.wikipedia.org/wiki/Revoluci%C3%B3n_Industrial#cite_note-1
87. Wikipedia. (Sin fecha). Sala de cine. Sitio web: ttps://es.wikipedia.org/wiki/Sala_de_cine.

ANEXOS

Anexo N° 01
Población por edades, según Censo 1981, 1993, 2007 y proyecciones al 2021

RANGO DE EDADES	POBLACION POR EDADES, SEGÚN CENSO 1981, 1993, 2007 Y PROYECCIONES AL 2021																
	1981	1993	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
0 a 4	27746	25493	21842	21971	22101	22232	22363	22495	22628	22762	22896	23032	23168	23305	23443	23581	23721
5 a 9	28760	26372	21540	21667	21795	21924	22054	22184	22315	22447	22580	22713	22848	22983	23118	23255	23393
10 a 14	28208	27680	24977	25125	25273	25423	25573	25724	25876	26029	26183	26338	26493	26650	26807	26966	27125
15 a 19	26187	27640	26606	26763	26921	27081	27241	27402	27564	27727	27890	28055	28221	28388	28556	28724	28894
20 a 24	21384	24373	25111	25259	25409	25559	25710	25862	26015	26169	26323	26479	26635	26793	26951	27110	27271
25 a 29	17125	20151	21269	21395	21521	21648	21776	21905	22035	22165	22296	22428	22560	22693	22828	22963	23098
30 a 34	13930	18609	19805	19922	20040	20158	20277	20397	20518	20639	20761	20884	21007	21131	21256	21382	21508
35 a 39	11589	15827	18306	18414	18523	18633	18743	18853	18965	19077	19190	19303	19417	19532	19647	19764	19880
40 a 44	9276	12856	16693	16792	16891	16991	17091	17192	17294	17396	17499	17602	17706	17811	17916	18022	18129
45 a 49	7644	10319	14789	14876	14964	15053	15142	15231	15321	15412	15503	15595	15687	15779	15873	15967	16061
50 a 54	5878	8034	13060	13137	13215	13293	13372	13451	13530	13610	13690	13771	13853	13935	14017	14100	14183
55 a 59	4389	6348	10062	10121	10181	10241	10302	10363	10424	10486	10548	10610	10673	10736	10799	10863	10927
60 a 64	3529	5363	8255	8304	8353	8402	8452	8502	8552	8603	8654	8705	8756	8808	8860	8912	8965
65 a más	7450	10822	18633	18743	18854	18965	19077	19190	19304	19418	19533	19648	19764	19881	19998	20117	20236
TOTAL	213095	239887	260948	262490	264042	265603	267172	268752	270340	271938	273545	275162	276789	278425	280070	281726	283391

Anexo N° 03

Ficha informativa de Discotecas, bares y karaokes

DBK	Nombre:	
Ubicación: Av. José Leonardo Ortiz #490	Plano de ubicación:	Fotografía:
Área (m2):		
Área total (m2):		
Nº de pisos:	Esquema de distribución:	
Aforo: 497		
Distancia al centro del distrito: 1282m		
CARACTERÍSTICAS Y SERVICIOS		
Tipos de ingreso: a) Ingreso general b) Personal - público	Otros servicios que ofrece: a) Restaurante b) Karaoke c) Bar d) Estacionamiento	
Ambientes: a) Boletería b) Guardarropa c) Barra y caja d) Zona de mesas e) Pista de baile f) Escenario g) Cuarto de DJ h) Cocina	Decoración y ambientación: - Iluminación a) Natural b) Artificial - Ventilación a) Natural b) Artificial - Visuales: a) Internas b) Externas - Tipo de piso: - Colores: - Elementos decorativos: a) Espejos b) F. cielo raso	
Zonas: a) General b) Vip c) a y b	Servicios higiénicos: a) Mixto (público y personal) b) Varones y mujeres (públ. - pers.) c) Discapacitados	
Tipos de carta: a) Carta de tragos b) Carta de piqueos c) a y b		
EQUIPAMIENTO		
Escalera de evacuación <input type="checkbox"/>	Aire acondicionado <input type="checkbox"/>	
Escalera integrada <input type="checkbox"/>	Grupo electrógeno <input type="checkbox"/>	
Ascensor <input type="checkbox"/>	Otro:	
MOBILIARIO		SEGURIDAD
Barra <input type="checkbox"/>	Salida de emergencia <input type="checkbox"/>	
Mesas y sillas <input type="checkbox"/>	Sistema contraincendios <input type="checkbox"/>	
Muebles <input type="checkbox"/>	Sistema contra intrusos <input type="checkbox"/>	

Anexo N° 04**Ficha informativa de Canchas y Centros Deportivos**

CD	Nombre:	
Ubicación:	Plano de ubicación:	Fotografía:
Área (m2):		
Área total (m2):		
Nº de pisos:	Esquema de distribución:	
Aforo:		
Distancia al centro del distrito:1091m		
CARACTERÍSTICAS Y SERVICIOS		
Tipos de ingreso: a) Ingreso general b) Personal y público	Cantidad de servicios por tipo a) Fútbol: b) Voley: c) Frontón: d) Basquet: e) Piscina:	
Tipo de servicios: a) Fútbol b) Voley c) Frontón d) Basquet e) Piscina	Servicios Complementarios: a) Bar b) Tienda de golosinas c) Venta de camisetas d) Venta de piqueos e) Estacionamiento	
Servicios higiénicos: a) Diferenciado varones y mujeres b) Duchas Varones y mujeres c) Vestidores Varones y mujeres		
EQUIPAMIENTO		
Escalera de evacuación <input type="checkbox"/>	Aire acondicionado <input type="checkbox"/>	
Escalera integrada <input type="checkbox"/>	Grupo electrógeno <input type="checkbox"/>	
Ascensor <input type="checkbox"/>	Otro:	
MOBILIARIO	SEGURIDAD	
Barra <input type="checkbox"/>	Salida de emergencia <input type="checkbox"/>	
Mesa y sillas <input type="checkbox"/>	Sistema contra incendios <input type="checkbox"/>	
Mostradores <input type="checkbox"/>	Sistema contra intrusos <input type="checkbox"/>	

Anexo N° 05
Ficha informativa de Spa

S01	Nombre: MONTALVO	
Ubicación:	Plano de ubicación:	Fotografía:
Área (m2):		
Área total (m2):		
Nº de pisos:	Esquema de distribución:	
Aforo:		
Distancia al centro del distrito:		
CARACTERÍSTICAS Y SERVICIOS		
Tipos de ingreso: a) Ingreso general b) Personal - público	Tipo de atención a) Varones y mujeres b) Parejas	
Zonas: a) Recepción e informes b) Salón de peluquería c) Cosmiatría d) Manicure y pedicure e) Spa	Spa a) Masajes relajantes b) Masajes relajantes con piedras/compresas c) Masajes con digitopresión d) Masajes descontracturantes e) Masaje reductor + yesoterapia f) Reflexología g) Hidroterapia h) Aromaterapia i) Hidromasajes j) Jacuzzi k) Exfoliación corporal l) Fangoterapia m) Nutrición del cuerpo	
Salón de peluquería: a) Tinturaciones: mechas, highlight, iluminación b) Laceados c) Peinados d) Cortes de cabello e) Extensiones f) Tratamientos capilares: anticaída, nutrición		
Cosmiatría: 1. Tratamientos faciales: a) Limpieza facial b) Blanqueamiento c) Colágeno d) Facial anti age e) Oxigenación del rostro f) Carboxiterapia g) Peeling con punta de diamante 2. Tratamientos corporales a) Anticelulitis b) Peptonas c) Antioxidante corporal 3. Maquillaje 4. Rizado y delineado permanente 5. Depilación con cera e hilo	Servicios higiénicos: a) Baños b) Baños y vestidores	
	Otros servicios que ofrece: a) Sala de espera b) Cafetería c) Estacionamiento d) Venta de productos de belleza	
	Decoración y ambientación - Colores: Blanco y marrón - Iluminación a) Natural b) Artificial - Ventilación a) Natural b) Artificial - Visuales: a) Internas b) Externas	
EQUIPAMIENTO		
Escalera de evacuación	<input type="checkbox"/>	Aire acondicionado <input type="checkbox"/>
Escalera integrada	<input checked="" type="checkbox"/>	Grupo electrógeno <input type="checkbox"/>
Ascensor	<input type="checkbox"/>	Otro:
MOBILIARIO		SEGURIDAD
Barra	<input checked="" type="checkbox"/>	Salida de emergencia <input type="checkbox"/>
Sillas y muebles	<input checked="" type="checkbox"/>	Sistema contra incendios <input type="checkbox"/>
Camillas	<input checked="" type="checkbox"/>	Sistema contra intrusos <input checked="" type="checkbox"/>
Mostradores	<input checked="" type="checkbox"/>	Otro:

Anexo N° 06
Ficha informativa de Gimnasios

G	Nombre:		
Ubicación:	Plano de ubicación:	Fotografía:	
Área (m2):			
Área total (m2):			
Nº de pisos:	Esquema de distribución:		
Aforo:			
Distancia al centro del distrito:			
CARACTERÍSTICAS Y SERVICIOS			
Zonas: a) Recepción e informes b) Gimnasio d) Spa y tratamientos e) Sala de nutrición f) Sala de fisioterapia g) Sala de entrenamiento personal h) Área administrativa i) Área de servicios	Servicios complementarios: a) Sauna b) Lockers c) Cafetería d) Venta de productos de gimnasio e) Estacionamiento Servicios higiénicos: a) Baños b) Baños y duchas c) Baños, duchas y vestidores		
Servicios del gimnasio: a) Spinning b) Baile c) Clases grupales d) Cardio e) Musculación f) Pilates g) Aeróbicos	Decoración y ambientación - Colores: a) Natural b) Artificial - Iluminación a) Natural b) Artificial - Ventilación a) Natural b) Artificial - Visuales: a) Internas b) Externas		
EQUIPAMIENTO			
Escalera de evacuación	<input type="checkbox"/>	Aire acondicionado	<input type="checkbox"/>
Escalera integrada	<input type="checkbox"/>	Grupo electrógeno	<input type="checkbox"/>
Ascensor	<input type="checkbox"/>	Otro:	
MOBILIARIO		SEGURIDAD	
Barra	<input type="checkbox"/>	Salida de emergencia	<input type="checkbox"/>
Mesas y sillas	<input type="checkbox"/>	Sistema contraincendios	<input type="checkbox"/>
Vitrinas	<input type="checkbox"/>	Sistema contra intrusos	<input type="checkbox"/>
Máquinas	<input type="checkbox"/>	Otro:	



USMP
UNIVERSIDAD DE
SAN MARTÍN DE PORRES

Anexo N° 07

ENCUESTA APLICADA “CENTRO DE OCIO EN EL DISTRITO DE CHICLAYO”

INTRODUCCIÓN: El siguiente cuestionario tiene el propósito de recoger su opinión respecto a las condiciones de esparcimiento de los pobladores del distrito de Chiclayo para el diseño arquitectónico de un Centro de Ocio; un lugar donde se da una respuesta social y económica a una necesidad de ocupación de un tiempo que queremos dedicarlo al esparcimiento, a actividades con amigos o solos, de tipo cultural o deportivas, escuchando música o tomando una copa. Este cuestionario es de carácter anónimo y su procesamiento será estrictamente reservado. Desde ya le expresamos nuestro agradecimiento por el apoyo brindado.

I. CARACTERIZACIÓN. Marcar con una “X” en la opción que corresponda.

- 1.1 ¿Cuál es su género? (1) Masculino (2) Femenino.
- 1.2 ¿Cuál es su edad? (1) Menos de 25 años (2) 25 a 34 años
(3) 35 a 44 años (4) 45 a 54 años
(5) Más de 55 años
- 1.3 ¿Cuáles su origen? (1) Nacional (2) Extranjero
- 1.4 ¿Cuál su ocupación? (1) Trabajador estatal (2) Trabajador privado
(3) Pensionista (4) Trabajador independiente
(5) Estudiante (6) Ama de casa
(7) Otro. Especifique.....
- 1.5 ¿Cuál es su ingreso promedio familiar, mensual? (en soles)
(1) Menos de 850 (2) De 851 a 1700
(3) De 1701 a 2550 (4) Más de 2551
- 1.6 ¿Conoce lugares en Chiclayo, donde se realizan actividades de ocio?
(1) Sí (2) No
- 1.7 ¿Qué tipo de actividades de ocio realiza usted? Marque una o más opciones.
(1) Ir al cine (2) Ir al parque
(3) Realizar deporte (5) Ir a un evento cultural
(4) Ir a una discoteca, bar o karaoke
(6) Otro:.....
- 1.8 ¿Cuál es su gasto promedio mensual en ocio y esparcimiento? (en soles)
(1) Menos de 200 (2) De 201 a 500 (3) De 501 a 800
(4) De 801 a 1100 (5) Más de 1100
- 1.9 ¿Con qué frecuencia visita lugares de ocio y esparcimiento?
(1) Semanal (2) Quincenal (3) Mensual
(4) 2 a más veces año (5) No concurre.
- 1.10 ¿A través de qué medios, usted se informa de los lugares de ocio y esparcimiento? Marque una o más opciones.
(1) Por amigos (2) Por familiares (3) Por diarios
(4) TV (5) Internet (6) Redes sociales

1.11 ¿Con quienes, usted concurre a los locales de ocio? Marque una o más opciones.
(1) Solo (2) Con familiares (3) En pareja
(4) Con compañeros de trabajo (5) Con amigos

II. DE LAS CONDICIONES DE ESPARCIMIENTO. Marcar con una "X" en el recuadro respectivo.

2.1 ¿Considera usted que el proyecto "Centro de ocio", es una propuesta novedosa para el distrito de Chiclayo? (1) Sí (2) No

2.2 ¿Considera usted que el proyecto "Centro de ocio", es necesario para los pobladores del distrito de Chiclayo? (1) Sí (2) No

2.3 ¿Considera usted que el proyecto "Centro de ocio", es viable económicamente? (1) Sí (2) No

2.4 Debido a la falta de terrenos amplios en el centro del distrito de Chiclayo. ¿Estaría de acuerdo en que el Centro de Ocio se ubique en los alrededores de éste? Si la respuesta es positiva conteste la pregunta 2.5, de lo contrario pase a la parte III del cuestionario. (1) Sí (2) No

2.5 ¿Por qué está de acuerdo con que se ubique en los alrededores del distrito? Enumere de acuerdo al orden de importancia que usted considere.

_____ Accesibilidad
_____ Terrenos libres y amplios
_____ Descentralización
_____ Crecimiento del distrito
_____ Otro:.....

III. DEL DISEÑO ARQUITECTÓNICO DE UN CENTRO DE OCIO.

Teniendo en cuenta las diversas actividades que se desarrollan en un centro de ocio, marca una o más alternativas que son de tu preferencia.

3.1 En cuanto a actividades deportivas y de relajación ¿Qué espacios se debería proponer?

(1) Canchas de frontón (2) Canchas de fútbol (3) Canchas de vóley
(4) Canchas de basquet (5) Pistas de skate (6) Piscina
(7) Gimnasio (8) Spa (9) Otro:

3.2 En cuanto a actividades culturales. ¿Qué espacios se debería proponer?

(1) Biblioteca (2) Anfiteatro
(3) Galerías de exposición (4) Otro:

3.3 En cuanto a actividades de entretenimiento. ¿Qué espacios se debería proponer?

(1) Cine (2) Juegos mecánicos y electrónicos (3) Juegos de mesa
(4) Bar (5) Karaoke (6) Discoteca
(7) Bowling (8) Paintball (9) Otro:

3.4 En cuanto a servicios complementarios con los que debería contar este centro. ¿Qué espacios se debería proponer?

(1) Restaurantes (2) Locales de comida rápida (3) Cafeterías
(4) Heladerías (5) Tiendas (4) Otro:

Anexo N° 08

Entrevista a Sr. Giorgio Gran Luppi - Administrador de Bar Castello



ENTREVISTA A PROFESIONALES “CENTRO DE OCIO EN EL DISTRITO DE CHICLAYO”

ENTREVISTA 01

Sr. Giorgio Granda Luppi

Administrador y socio de BAR CASTELLO en Chiclayo

1. ¿Cuánto tiempo lleva operando su local, en Chiclayo?

El local ya tiene funcionando 6 años, anteriormente se llamaba Bali y hace año dos meses se llama Castello.

2. ¿Cuál es el promedio de visitas que recibe su local, en un mes?

Ehhh, un aproximado de 400 visitas en promedio, atendiendo de miércoles a sábado y aparte se atiende privados domingo, lunes y martes.

3. ¿Cuál es su opinión acerca del crecimiento del distrito de Chiclayo, en cuanto a actividades de ocio?

Bueno se ha incrementado bastante, hay un número elevado de locales nuevos que están saliendo, tanto discotecas bares lo que anteriormente eran los pubs, algunos con música en vivo otros no, y bueno o sea para obviamente para competencia todo es bueno, se abren más locales, hay días que el negocio baja un poco, temporadas que baja pero se mantiene bien. Las temporadas más fuertes son julio y diciembre, o sea fiestas patrias y la fiesta de fin de año.

4. ¿Con qué frecuencia realiza eventos en su local?

Bueno al menos eventos que se puedan llamar, bueno yo lo llamo eventos, este presentamos miércoles jueves y viernes música en vivo, son bandas o

grupos locales de diferente tipo de música , rock, latín, pachanga, música romántica, salsa. Por el tamaño del locales no realizamos eventos más grandes.

5. ¿Qué servicios complementarios ofrece su local para que un cliente lo visite?

Bueno es un lounge bar, aparte de la venta de tragos y piqueos, nuestra atracción es la música en vivo, uno puede ir a una discoteca es diferente estas bailando toda la noche, pero normalmente no tienes, no hay un tema de música en vivo, algo como para escuchar.

**6. ¿Considera usted que, un Centro de Ocio es una propuesta novedosa y necesaria para los pobladores del distrito de Chiclayo?
¿Por qué?**

Sí, siempre y cuando obviamente el local funcione dentro de todas las normativas y bueno como se sabe, no venta de alcohol a menores de edad, no permitir consumo de drogas dentro de los locales, de alguna manera nosotros tenemos cuidado con eso, porque nos ha pasado que hemos tenido que sacar clientes del baño y después prohibir el ingreso a esa persona por estar consumiendo drogas en el baño del local.

7. ¿Considera usted que, las personas buscan un lugar donde puedan realizar diversas actividades de ocio sin tener que visitar distintas instalaciones para satisfacer esta necesidad?

Bueno sí, al menos lo bueno que hay acá es que en el complejo hay 5 locales, hay un restaurante bueno con música en vivo, hay dos bares con música en vivo y hay dos discotecas, pueden venir a un bar hacen los previos, después pasan a la discoteca o vienen cenar en uno de los locales y después van a la discoteca

**8. ¿Considera usted que, este proyecto será viable económicamente?
¿Por qué?**

Bueno sí, si es viable el tema de ocio en este caso o entretenimiento, es este, llama al público, un local al menos bien puesto, es acogedor, es algo innovador, va a crear siempre una expectativa.

9. ¿Qué impacto cree usted que puede causar un proyecto de dicha magnitud en su entorno inmediato?

Bueno es bueno y mejora mucho los alrededores de la zona del sitio donde esté ubicado el proyecto, tanto para tránsito, para los vecinos, el flujo de personas por la zona.

10. Debido a la falta de terrenos amplios en el centro del distrito de Chiclayo. ¿Estaría de acuerdo en que el Centro de Ocio se ubique en los alrededores de éste? ¿Por qué?

Sí, el centro de Chiclayo está totalmente poblado, cubierto entre viviendas y negocios locales, es bueno hacerlo en este caso en los alrededores de Chiclayo y si teniendo el cuidado de que sea una zona segura.

11. Teniendo en cuenta la pregunta anterior ¿Considera factible que el proyecto Centro de Ocio, esté ubicado entre las avenidas Vía de Evitamiento y Prolongación de Av. Chinchaysuyo?

Sí en la vía Chichaysuyo ya está el proyecto de ejecución y todo, sería bueno porque también le va a dar vida y movimiento a toda esa zona.

12. ¿Qué características y servicios cree usted que debería tener el proyecto para que funcione adecuadamente y tenga éxito?

Bueno estacionamiento para los locales nocturnos no es necesario, yo soy partidario de que obviamente persona que sale a un local nocturno, a una discoteca un bar, no maneje ni moto ni vehículo porque obviamente vas a tomar y puede llegar la cosa a mayores; el servicio primordial es el tema de seguridad y el tema de movilización, que los taxis sean empadronados y sean identificados para que no haya ningún tipo de inconvenientes

posteriores con los clientes que suben en un taxi afuera y terminan siendo asaltados. Además que hace falta y al menos acá en este complejo no hay, son los cajeros automáticos.

13. Con respeto al diseño del proyecto, en cuanto a actividades deportivas ¿Cuáles de los siguientes ambientes cree usted que debería tener?

- | | | |
|------------------------|-----------------------|----------------------|
| (1) Canchas de frontón | (2) Canchas de fútbol | (3) Canchas de vóley |
| (4) Canchas de básquet | (5) Pistas de skate | (6) Piscina |
| (7) Gimnasio | (8) Spa | (9) Otro: |

14. En cuanto a actividades culturales. ¿Qué espacios considera necesarios?

- | | |
|----------------------------|----------------------------|
| (1) Biblioteca | (2) Anfiteatro |
| (3) Galerías de exposición | (4) Otro:Teatro..... |

15. En cuanto a actividades de entretenimiento. ¿Qué espacios se debería proponer?

- | | | |
|-------------|-------------------------------------|--------------------|
| (1) Cine | (2) Juegos mecánicos y electrónicos | (3) Juegos de mesa |
| (4) Bar | (5) Karaoke | (6) Discotecas |
| (7) Bowling | (8) Paintball | (9) Otro: |

16. En cuanto a servicios complementarios con los que debería contar este centro. ¿Qué espacios se debería proponer?

- | | | |
|------------------|------------------------------|-----------------|
| (1) Restaurantes | (2) Locales de comida rápida | (3) Cafeterías |
| (4) Heladerías | (5) Tiendas | (4) Otro: |

Anexo N° 09



ENTREVISTA A PROFESIONALES “CENTRO DE OCIO EN EL DISTRITO DE CHICLAYO”

ENTREVISTA 01

Sra. Angélica Solis

Gerente Administrativo de FIESTA RESTAURANTE GOURMET de Chiclayo

1. ¿Cuánto tiempo lleva operando su local, en Chiclayo?

Ehhhh, desde el año 1997

2. ¿Cuál es el promedio de visitas que recibe su local, en un mes?

El promedio de visitas, diario tenemos un promedio entre 80 a 90 cubiertos

3. ¿Cuál es su opinión acerca del crecimiento del distrito de Chiclayo, en cuanto a actividades de ocio?

Hay más locales de ocio, pero no hay tanto local para que muchas personas que vienen de afuera puedan de repente disfrutar de un buen servicio.

4. ¿Con qué frecuencia realiza eventos en su local?

Nosotros realizamos dos tipos de eventos que es para el día de los enamorados, para San Valentín en febrero y en octubre para la canción criolla, además de los que tenemos nosotros por el día de la madre, por 28 de julio por navidad. Bueno en lo que es el día de San Valentín y el día de la canción criolla hacemos una reunión en vivo, con orquesta en vivo, con música en vivo y damos un tipo de opciones, tanto en el almuerzo como en la cena de platos que puedan escoger los clientes para esa fecha.

5. ¿Qué servicios complementarios ofrece su local para que un cliente lo visite?

Cuenta con variedad de platos a la carta y tragos, además de espacios privados para cenas románticas y/o familiares.

**6. ¿Considera usted que, un Centro de Ocio es una propuesta novedosa y necesaria para los pobladores del distrito de Chiclayo?
¿Por qué?**

Sí, porque no hay, no hay un lugar y si hay de repente hay uno por ahí y no más, donde la gente pueda ir , hay un montón de partes de ocio como la llamas, pero que son separados uno y otro que realmente van todo tipo de clase de gente y no tiene buen servicio.

7. ¿Considera usted que, las personas buscan un lugar donde puedan realizar diversas actividades de ocio sin tener que visitar distintas instalaciones para satisfacer esta necesidad?

Claro que sí

**8. ¿Considera usted que, este proyecto será viable económicamente?
¿Por qué?**

Sí porque ahí va a tener para distintas edades puede uno puede escoger, y de repente puede disfrutar la mamá, los hijos, las amigas de diferentes edades.

9. ¿Qué impacto cree usted que puede causar un proyecto de dicha magnitud en su entorno inmediato?

Bueno yo creo que también va a surgir una actividad donde las personas puedan ir, disfrutar y tener un momento, porque ahorita no tenemos sitios, o sea definitivamente por donde se mire va a ser fructífero.

10. Debido a la falta de terrenos amplios en el centro del distrito de Chiclayo. ¿Estaría de acuerdo en que el Centro de Ocio se ubique en los alrededores de éste? ¿Por qué?

Sí porque lo otro turguriza mucho hasta el tránsito, se vuelve mucho más todo un caos, la gente ya no quiere movilizarse.

11. Teniendo en cuenta la pregunta anterior ¿Considera factible que el proyecto Centro de Ocio, esté ubicado entre las avenidas Vía de Evitamiento y Prolongación de Av. Chinchaysuyo?

Sí yo creo que sí

12. ¿Qué características y servicios cree usted que debería tener el proyecto para que funcione adecuadamente y tenga éxito?

Que sea una diversión sana y educativa para las personas, porque ka verdad eso es lo que nos falta, cultura.

13. Con respeto al diseño del proyecto, en cuanto a actividades deportivas ¿Cuáles de los siguientes ambientes cree usted que debería tener?

- | | | |
|-----------------------------------|----------------------------------|---------------------------------|
| (1) Canchas de frontón | (2) Canchas de fútbol | (3) Canchas de vóley |
| (4) Canchas de basquet | (5) Pistas de skate | (6) Piscina |
| (7) Gimnasio | (8) Spa | (9) Otro: |

14. En cuanto a actividades culturales. ¿Qué espacios considera necesarios?

- | | |
|---------------------------------------|--------------------------------------|
| (1) Biblioteca | (2) Anfiteatro |
| (3) Galerías de exposición | (4) Otro:Teatro, talleres..... |

15. En cuanto a actividades de entretenimiento. ¿Qué espacios se debería proponer?

- | | | |
|---------------------|--|-------------------------------|
| (1) Cine | (2) Juegos mecánicos y electrónicos | (3) Juegos de mesa |
| (4) Bar | (5) Karaoke | (6) Discotecas |
| (7) Bowling | (8) Paintball | (9) Otro: |

16. En cuanto a servicios complementarios con los que debería contar este centro. ¿Qué espacios se debería proponer?

- | | | |
|-----------------------------|---|------------------------------|
| (1) Restaurantes | (2) Locales de comida rápida | (3) Cafeterías |
| (4) Heladerías | (5) Tiendas | 4) Otro: Tiendas de deporte. |

Anexo N° 10



ENTREVISTA A PROFESIONALES “CENTRO DE OCIO EN EL DISTRITO DE CHICLAYO”

ENTREVISTA 01

Sr. Gandhi Velásquez Santisteban

Asistente administrativo Centro Comercial Real Plaza de Chiclayo

1. ¿Cuánto tiempo lleva operando su local, en Chiclayo?

11 años

2. ¿Cuál es el promedio de visitas que recibe su local, en un mes?

Haber, aproximadamente recibimos entre 2,000 y 3,000 visitas de lunes a miércoles, los martes que las entradas tienen precio menos se reciben 4,000 espectadores y de jueves a domingo entre 4,000 y 4,500 espectadores.

3. ¿Cuál es su opinión acerca del crecimiento del distrito de Chiclayo, en cuanto a actividades de ocio?

Pienso que se han generado algunas alternativas pero que aún son pocas y con servicio deficiente. Nosotros para poder instalarnos en algún centro comercial buscamos que existan actividades afines a la nuestra.

4. ¿Con qué frecuencia realiza eventos en su local?

Bueno normalmente se realizan los estrenos de las películas que ingresan a cartelera, que solemos tener muchas visitas y que incluso realizamos preventa de entradas para estos días, suelen ser cada 2 meses aproximadamente. Otro evento muy grande es el día del Cine (16 de noviembre), donde los precios se reducen.

5. ¿Qué servicios complementarios ofrece su local para que un cliente lo visite?

En primer lugar somos el único cine en Chiclayo por lo tanto ya tenemos una ventaja, como segundo tenemos ofertas y promociones de los productos que

vendemos y finalmente se pueden realizar compras por internet sin necesidad de estar formando colas para adquirir una entrada.

**6. ¿Considera usted que, un Centro de Ocio es una propuesta novedosa y necesaria para los pobladores del distrito de Chiclayo?
¿Por qué?**

Claro que sí, porque a los pobladores nos hace falta un centro como este que permita desempeñar diversas actividades de entretenimiento, además que complementa de cierto modo a este centro comercial que no abastece al distrito.

7. ¿Considera usted que, las personas buscan un lugar donde puedan realizar diversas actividades de ocio sin tener que visitar distintas instalaciones para satisfacer esta necesidad?

Sí, un claro ejemplo de esto es este centro comercial, aquí se pueden realizar diversas actividades sean compras, comer en algún restaurante o patio de comidas, venir al cine, ir al gym, etc. Siempre un centro que puede ofrecer diversas alternativas de ocio será beneficioso para los pobladores.

**8. ¿Considera usted que, este proyecto será viable económicamente?
¿Por qué?**

Sí porque todo proyecto de esta magnitud genera crecimiento y desarrollo en el distrito de Chiclayo y además será beneficioso tanto para pobladores como para empresarios.

9. ¿Qué impacto cree usted que puede causar un proyecto de dicha magnitud en su entorno inmediato?

Un impacto muy grande, debido a que se generaran nuevos negocios, se mejorarán vías de acceso por ende el entorno se embellecerá y tendrá más concurrencia de personas con este sector.

10. Debido a la falta de terrenos amplios en el centro del distrito de Chiclayo. ¿Estaría de acuerdo en que el Centro de Ocio se ubique en los alrededores de éste? ¿Por qué?

Sí, es un proyecto de gran magnitud que aparte de necesitar una gran área donde desarrollarse, las que no hay en el centro del distrito; se necesita instalarse en sectores que se encuentran consolidándose.

11. Teniendo en cuenta la pregunta anterior ¿Considera factible que el proyecto Centro de Ocio, esté ubicado entre las avenidas Vía de Evitamiento y Prolongación de Av. Chinchaysuyo?

Claro que sí, son dos avenidas importantes del distrito, por lo que tiene una ubicación estratégica.

12. ¿Qué características y servicios cree usted que debería tener el proyecto para que funcione adecuadamente y tenga éxito?

Primeramente deberá ser funcional, en cuanto servicios ofrecer actividades que puedan ser realizadas por todas las edades, ya que en ocasiones son familias las que visitan estos lugares.

13. Con respeto al diseño del proyecto, en cuanto a actividades deportivas ¿Cuáles de los siguientes ambientes cree usted que debería tener?

- | | | |
|--|--|---|
| <input checked="" type="checkbox"/> (1) Canchas de frontón | <input type="checkbox"/> (2) Canchas de fútbol | <input type="checkbox"/> (3) Canchas de vóley |
| <input type="checkbox"/> (4) Canchas de basquet | <input type="checkbox"/> (5) Pistas de skate | <input checked="" type="checkbox"/> (6) Piscina |
| <input checked="" type="checkbox"/> (7) Gimnasio | <input checked="" type="checkbox"/> (8) Spa | <input type="checkbox"/> (9) Otro: |

14. En cuanto a actividades culturales. ¿Qué espacios considera necesarios?

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> (1) Biblioteca | <input checked="" type="checkbox"/> (2) Anfiteatro |
| <input checked="" type="checkbox"/> (3) Galerías de exposición | <input type="checkbox"/> (4) Otro: |

15. En cuanto a actividades de entretenimiento. ¿Qué espacios se debería proponer?

- | | | |
|---|--|---|
| <input checked="" type="checkbox"/> (1) Cine | <input type="checkbox"/> (2) Juegos mecánicos y electrónicos | <input type="checkbox"/> (3) Juegos de mesa |
| <input type="checkbox"/> (4) Bar | <input type="checkbox"/> (5) Karaoke | <input type="checkbox"/> (6) Discotecas |
| <input checked="" type="checkbox"/> (7) Bowling | <input type="checkbox"/> (8) Paintball | <input type="checkbox"/> (9) Otro: |

16. En cuanto a servicios complementarios con los que debería contar este centro. ¿Qué espacios se debería proponer?

- | | | |
|---|--|--|
| <input type="checkbox"/> (1) Restaurantes | <input checked="" type="checkbox"/> (2) Locales de comida rápida | <input type="checkbox"/> (3) Cafeterías |
| <input type="checkbox"/> (4) Heladerías | <input type="checkbox"/> (5) Tiendas | <input type="checkbox"/> (4) Otro: |

Anexo N° 11
Parámetros Urbanísticos



MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE CHICLAYO
Gerencia de Desarrollo Urbano
Av. Balta N° 975-Chiclayo

PARAMETROS URBANISTICOS Y EDIFICATORIOS

La Gerencia de Desarrollo Urbano a través de la Coordinación de Estudios Urbanos de la Municipalidad Provincial de Chiclayo

CERTIFICA:

Que, el predio urbano ubicado entre la Vía de Evitamiento y la Prolongación de la Av. Cinchaysuyo , de la ciudad de Chiclayo del Distrito y Provincia de Chiclayo, Departamento de Lambayeque; cuenta con un Área de 49,200.00 m² ; según la Ordenanza Municipal N° 004-2016-MPCH/A , aprueba la Modificación del Plan de Acondicionamiento Territorial 2010 – 2020 y Plan de Desarrollo Urbano ; está sujeto a la siguiente reglamentación:

NORMATIVIDAD URBANISTICA

- | | |
|-----------------------------------|---|
| 1- Área Territorial | : Chiclayo |
| 2- Área de Actuación | : Vía de Evitamiento y la Prolongación de la Av. Chinchaysuyo |
| 3- Zonificación | : Residencial Densidad Alta – R5 |
| 4- Usos Permisibles y compatibles | : Comercio Vecinal – Vivienda Multifamiliar |
| 5- Densidad Neta | : 2250 Hab/Há |
| 6- Área y frente Mínimo de Lote | : 200 m ² - 10 ml. |

INDICES EDIFICATORIOS:

- | | |
|-------------------------------|---------------------------------------|
| 1- Coeficiente de Edificación | : 7.0 |
| 2- Área Libre (% mínimo) | : Comercio No Exigible, Vivienda 30 % |
| 3- Altura de Edificación | : 21 m ó - 07 Pisos |
| 4- Retiro | : Frontal 2 ml – Lateral 2 ml |
| 5- Alineamiento de fachada | : Respetar retiro indicado |
| 6- Estacionamiento | : 01 por cada 02 Departamentos |
| 7- Observaciones | : |

TERMINO DE VIGENCIA: El presente certificado solo tiene carácter informativo, no acredita propiedad alguna y es válido por el lapso de 36 meses.

Se expide el presente a solicitud del interesado para los fines que estime conveniente.

Anexo N° 12

Memoria descriptiva - Arquitectura

MEMORIA DESCRIPTIVA – ARQUITECTURA

**MEMORIA DESCRIPTIVA DEL PROYECTO ARQUITECTÓNICO
“ESTUDIO DE LAS CONDICIONES DE ESPARCIMIENTO DE LOS
POBLADORES DEL DISTRITO DE CHICLAYO PARA EL DISEÑO DE UN
CENTRO DE OCIO”**

Proyecto: Centro de Ocio en el distrito de Chiclayo

**Localización: Vía de Evitamiento y Prolongación de la Av.
Chinchaysuyo**

Fecha: Marzo 2018

I MEMORIA DESCRIPTIVA

1.1 Generalidades

La presente memoria descriptiva forma parte el proyecto complementando a los planos, tiene por objeto describir las características de construcción del proyecto arquitectónico “Centro de ocio”, ubicado en el distrito de Chiclayo; con la finalidad de determinar los requerimientos mínimos del proyecto.

1.2 Antecedentes

El proyecto “Centro de ocio” está diseñado para los pobladores del distrito de Chiclayo y lugares aledaños, los cuales no cuentan con un servicio de este tipo que les permita realizar diversas actividades de entretenimiento de forma personal, familiar o con amigos. Por lo cual, se plantean actividades diversas y novedosas, procurando obtener una adecuada funcionalidad de los espacios para el confort de los usuarios.

1.3 Objetivos

El objetivo del proyecto es el diseño de una infraestructura física, funcional y segura en el distrito de Chiclayo, que brinde las condiciones adecuadas para el desarrollo de las diversas actividades de entretenimiento.

1.4 Ubicación Geográfica

Geográficamente el encuentra en la:

Localidad: Chiclayo

Distrito: Chiclayo

Provincia: Chiclayo

Región: Lambayeque

1.5 Alcances del Proyecto Integral

Para el desarrollo del proyecto se tomó en cuenta la orientación, la topografía del terreno, accesos principales y secundarios.

El proyecto en su integridad comprende: una zona cultural, una zona de relajación, una zona deportiva, dos zona de entretenimiento, una zona de servicios complementarios, y una zona de servicios generales; además de, estacionamientos, espacios de estar, circulaciones tanto horizontales como verticales, que permiten relacionar las diversas actividades de manera más funcional, a través de puentes, escaleras mecánicas e integradas, y ascensores.

1.6 Demoliciones

En el terreno no existe ninguna demolición.

1.7 Ubicación Geográfica y Entorno Urbano

El Proyecto “**Centro de ocio**”, está ubicado en una zona urbana del distrito de Chiclayo, entre la Vía de Evitamiento y Prolongación de Avenida Chinchaysuyo.

Es un terreno de forma regular de 4.92 has.

Los límites del terreno son las siguientes:

- Por el frente : Vía de Evitamiento
- Por el fondo : Terreno baldío
- Por el lado derecho : Prolong. Avenida Chinchaysuyo
- Por el lado izquierdo : Terreno baldío

En el entorno del terreno predominan zonas residenciales que se encuentran consolidándose, las cuales cuentan con accesos importantes como son los colindantes del proyecto, la Vía de Evitamiento (Vía interregional que conecta al distrito de Chiclayo con diversos distritos, ya que desemboca en

la panamericana Norte y Sur) y Prolongación de Avenida Chinchaysuyo que divide a los distritos Chiclayo y La Victoria.

1.7.1 Características del Clima

Chiclayo tiene un clima variable entre cálido y templado y las estaciones de primavera, otoño e invierno y caluroso en la época de verano. La precipitación pluvial promedio anual varía desde 0,5 hasta 24 mm.

La característica fundamental es la escasez y deficiencias de lluvia durante todo el año.

1.7.2 Accesos

El acceso principal es por la Vía de Evitamiento y el secundario por la Prolongación de la Avenida Chinchaysuyo.

II INGENIERÍA DEL PROYECTO:

2.1 Arquitectura

2.1.1 Concepción Arquitectónica

El proyecto ha sido concebido bajo el criterio funcional, zonificado los espacios según actividades afines, lo cual generó las siguientes zonas: cultural, de relajación, deportiva, entretenimiento, servicios complementarios, y servicios generales; complementadas con espacios de estar y áreas verdes, con el fin de que los usuarios puedan descansar conectados con la naturaleza.

En el proyecto prevalece el uso del concreto en su máxima expresión porque el acabado empleado para sus fachadas es el concreto expuesto con bruñas verticales en el primer piso y pintado color blanco a partir del segundo, adicionalmente se emplea el sistema u-glass para espacios que requieren claridad.

El área construida techada ha sido optimizada y cumple con la reglamentación vigente.

2.1.2 Descripción del proyecto

Distribución: El proyecto cuenta con ingresos principales ubicados en la Vía de Evitamiento y otro ingreso secundario en la prolongación de la Av. Chinchaysuyo; además de dos accesos vehiculares y otro vehicular y de servicio. El centro de ocio consta de dos espacios receptivos que funciona como espacios de estar, los cuales nos dirigen por medio de espacios de doble altura hacia una plaza central, la cual nos distribuye a todas las zonas del centro de ocio.

2.1.3 Criterios de diseño

Los criterios de diseño utilizados se encuentran relacionados con las condicionantes del proyecto. Estos son los siguientes:

- Desarrollo de un eje principal (vía principal), para generar el acceso principal al centro de ocio.
- Espacio central desde donde se puede dirigir a las diversas zonas del proyecto y que funciona como plaza central de encuentro y reunión.
- Volumetría que juega con diversas alturas, generando llenos y vacíos

2.1.4 Acabados arquitectónicos del Proyecto:

2.1.4.1 Exteriores

- Acabado de muros de primer nivel en concreto expuesto bruñado verticalmente cada 5cm, color natural.
- Acabado de muros a partir del segundo nivel en concreto expuesto, color blanco.

- Columnas circulares, vigas y losa reticular de concreto armado, ubicadas en espacios receptivos y exteriores, con acabado en concreto expuesto, con bruñas horizontales para columnas cada 5cm.
- Veredas de cemento pulido con bruñas cada 3mts, color natural.
- Espacios de estar, piso en concreto expuesto color natural con bruñas en módulos de 0.30X1.20m.
- Circulaciones horizontales con piso de concreto expuesto color gris oscuro, bruñado cada 10cm.
- Sistema de fachadas U- Glass, paneles de vidrio en forma de "U", de gran rigidez sin necesidad de intercalar perfilería metálica adicional, proporciona amplios niveles de luminosidad y homogénea difusión de la luz natural. Su instalación se realiza con ayuda de perfiles de aluminio en el contorno del hueco. Este sistema se usa en fachadas de zona de relajación y de ocio.
- Vidrio templado traslúcido e=10mm, con estructura de aluminio externa de 10x10cm de color natural; para fachadas de zona deportiva y administrativa.
- Vidrio templado traslúcido e=10mm, con estructura de aluminio interna de color natural, en fachadas de zona cultural y restaurantes.
- Plancha perforada de acero de 3mm de espesor, con diseño, para cerramiento del segundo nivel del anfiteatro.
- Barandas exteriores de acero inoxidable, pasamanos 1 ½" y travesaños horizontales y verticales 1".
- Escaleras de emergencia: piso y contrazócalo de cemento semipulido, muros de concreto armado con acabado en pintura ignífuga.
- Bancas rectangulares de hormigón prefabricado 2.40x0.45m, con acabado en terrazo pulido color blanco en asiento.
- Banca de concreto armado y madera cedro 2.40x0.45m, cemento pulido y madera cedro de 2"x4"x2.40m con preservante para madera, barniz marino color neutro.

- Bancas circulares de hormigón prefabricado de $d=0.30\text{m}$ con acabado en terrazo pulido color blanco.
- Segregadores de hormigón prefabricado $d=0.45\text{m}$ con acabado en hormigón pulido color gris claro.
- Plataformas de hormigón prefabricado de $2.40 \times 2.40\text{m}$, acabado en cemento pulido bruñado.
- Luminarias TOPA A320-3 LED, luminaria de acero inoxidable con dos fuentes de luz para espacios de estar.
- Paredes de ductos en espacios de estar, revestidos con paneles de aluminio compuesto de $1.25 \times 1.25\text{m}$, $e=4\text{mm}$, con estructura de aluminio.

2.1.4.2 Zona Cultural

- Piso estructurado Triángulo Jequitiba $0.16 \times 2.275\text{m}$, $e=10\text{mm}$, para escenario de anfiteatro y mediateca. Zócalos de madera de Jequitiba, $h=10\text{cm}$, $e=10\text{mm}$.
- Piso Porcelanato tipo mármol Portobello Bianco Carrara de 1.20×0.60 para área receptiva de zona cultural, cafetería del primer piso, salas de exhibición y foyer de anfiteatro. Zócalos del mismo porcelanato $h=10\text{cm}$.
- Piso Porcelanato Klipen Calacata Pulido $0.60 \times 0.60\text{m}$ para pisos de todos los baños y Portinari Calacata HD mate de 0.30×0.60 para paredes de los mismos.
- Piso Gres Porcelanato San Lorenzo Graniti Gris Oscuro $0.60 \times 0.60\text{m}$ para pisos de zona de servicio (depósitos, almacenes, baños, pasadizos de servicios), zócalos del mismo material $h=10\text{cm}$; y Klipen New Everest $30 \times 60\text{m}$ para paredes de baños.
- Graderías de anfiteatro de cemento pulido color natural en zonas de circulación y granito pulido color blanco en zonas de asiento.

- Paredes internas de anfiteatro tarrajeadas, con acabado en microcemento gris claro.
- Paredes internas tarrajeadas y pintadas con pintura látex lavable color blanco, acabado mate.
- Falso cielo raso con baldosas de fibra mineral, Eternit Serene de 1.20x1.20m, con perfiles "T" de aluminio, descolgados del techo con alambre de suspensión galvanizado.

2.1.4.3 Zona de Relajación

- Piso Porcelanato Marazzi Treverk Way Castagno 0.15x0.90m, para todos los ambientes sociales del spa y salón de belleza. Zócalos del mismo porcelanato h=10cm.
- Piso Laminado Kronoswiss Roble Clásico 0.193x1.38m, e=7mm, para sala de yoga en spa.
- Piso Porcelanato Klipen Calacata Pulido 0.60x0.60m para pisos de todos los baños y Portinari Calacata HD mate de 0.30x0.60 para paredes de los mismos.
- Piso Gres Porcelanato San Lorenzo Graniti Gris Oscuro 0.60x0.60m para pisos de zona de servicio (depósitos, almacenes, baños, pasadizos de servicios), zócalos del mismo material h=10cm; y Klipen New Everest 30x60m para paredes de baños.
- Piso y contrazócalo de cemento pulido en cuarto de máquinas y almacén general.
- Piso deck de madera 1.80x0.138m x 2cm de espesor, en cámaras secas.
- Enchape de cámara de vapor con mosaico geogart travertino arena/beige 2X2cm
- Enchape de piscina de hidromasajes con pepelma klipen turquesa 4.8x4.8cm. Se instalarán jet de hidromasajes en muros.

- Paredes internas tarrajeadas y pintadas con pintura látex lavable color blanco, acabado mate.
- Falso cielo raso con baldosas acústicas, Eternit Serene de 120X120cm, con perfiles "T" de aluminio, descolgados del techo con alambre de suspensión galvanizado.
- Falso cielo raso de cámara seca con machihembrado de madera cedro de 95mm de ancho por 1.5mm de espesor.
- Falso cielo raso de cámara húmeda con placa de acrílico en forma trapezoidal de 1.20X1.20m en estructura de aluminio.
- Cobertura de policarbonato alveolar traslúcido de 10mm de espesor, con perfil metálico cuadrado de 4"x4".

2.1.4.4 Zona Deportiva

- Piso gress porcelánico San Lorenzo Marmi beige 0.60x0.60m para pisos de circulaciones y áreas sociales de zona deportiva. Zócalo del mismo material, h=10cm.
- Piso atérmico color blanco tiza de 0.40x0.40m para áreas de piscina.
- Piscinas con enchape de pepelma klipen agua mix de 30x30cm.
- Loseta de caucho Crossfit de 0.50x0.50m, e=20mm, para piso de sala de máquinas y aeróbicos de gimnasio.
- Piso Porcelanato Klipen Calacata Pulido 0.60x0.60m para pisos de todos los baños y Portinari Calacata HD mate de 0.30x0.60 para paredes de los mismos.
- Piso Gres Porcelanato San Lorenzo Graniti Gris Oscuro 0.60x0.60m para pisos de zona de servicio (depósitos, almacenes, baños, pasadizos de servicios), zócalos del mismo material h=10cm; y Klipen New Everest 30x60m para paredes de baños.

- Piso sintético multideportivo de poliuretano e=9mm, color azul para canchas multiusos y canchas de frontón.
- Piso cemento semipulido para graderías de zona deportiva.
- Graderías revestidas de cemento pulido color gris claro.
- Falso cielo raso con baldosas acústicas, Eternit Serene de 120X120cm, con perfiles “T” de aluminio, descolgados del techo con alambre de suspensión galvanizado.
- Cobertura de policarbonato alveolar traslúcido de 10mm de espesor, con perfil metálico cuadrado de 4”x4”.

2.1.4.5 Zona de servicios complementarios

Restaurantes

- Piso gress porcelánico San Lorenzo Marmi beige 0.60x0.60m para zonas sociales. Zócalo del mismo material, h=10cm.
- Piso Gres Porcelanato San Lorenzo Graniti Gris Oscuro 0.60x0.60m para pisos de zona de servicio, zócalos del mismo material h=10cm; y Klipen New Everest 30x60m para paredes de baños. - Paredes internas tarrajeadas y pintadas con pintura látex lavable color blanco, acabado mate.
- Falso cielo raso con baldosas acústicas, Eternit Serene de 120X120cm, con perfiles “T” de aluminio, descolgados del techo con alambre de suspensión galvanizado.
- Para cocinas, falso cielo raso con baldosas de fibrocemento de 60X60cm, con perfiles “T” de aluminio, descolgados del techo con alambre de suspensión galvanizado.

Tiendas y Comida Rápida

- Piso gress porcelánico San Lorenzo Marmi beige 0.60x0.60m para zonas sociales. Zócalo del mismo material, h=10cm.
- Piso Gres Porcelanato San Lorenzo Graniti Gris Oscuro 0.60x0.60m para pisos de zona de servicio (depósitos, almacenes, baños, pasadizos de servicios), zócalos del mismo material h=10cm; y Klipen New Everest 30x60m para paredes de baños.
- Paredes internas tarrajeadas y pintadas con pintura látex lavable color blanco, acabado mate.
- Falso cielo raso con baldosas acústicas, Eternit Serene de 120X120cm, con perfiles "T" de aluminio, descolgados del techo con alambre de suspensión galvanizado.

2.1.4.6 Zona Administrativa

- Piso gress porcelánico San Lorenzo Marmi beige 0.60x0.60m. Zócalo del mismo material, h=10cm.
- Piso Gres Porcelanato San Lorenzo Graniti Gris Oscuro 0.60x0.60m para pisos de zona de servicio (depósitos, almacenes, baños, pasadizos de servicios), zócalos del mismo material h=10cm; y Klipen New Everest 30x60m para paredes de baños.
- Paredes internas tarrajeadas y pintadas con pintura látex lavable color blanco, acabado mate.
- Falso cielo raso con baldosas acústicas, Eternit Serene de 120X120cm, con perfiles "T" de aluminio, descolgados del techo con alambre de suspensión galvanizado.

2.1.4.7 Zona de Servicios Generales

- Piso Gres Porcelanato San Lorenzo Graniti Gris Oscuro 0.60x0.60m para pisos, zócalos del mismo material h=10cm; y Klipen New Everest 30x60m para paredes de baños.

2.1.4.8 Zona de Ocio 1 (Cines)

- Piso vinílico Lg Delight color gris de 2m x e=2.2mm, para áreas sociales.
- Piso de Alfombra de alto tránsito Marbella e=5mm, color café para salas de cine.
- Zócalo de alfombra Marbella e=5mm, color café para salas de cine.
- Falso cielo raso con baldosas acústicas, Eternit Serene de 60X120cm, con perfiles "T" de aluminio, descolgados del techo con alambre de suspensión galvanizado.
- Piso Porcelanato Klipen Calacata Pulido 0.60x0.60m para pisos de todos los baños y Portinari Calacata HD mate de 0.30x0.60 para paredes de los mismos.
- Piso Gres Porcelanato San Lorenzo Graniti Gris Oscuro 0.60x0.60m para pisos de zona de servicio (depósitos, almacenes, baños, pasadizos de servicios), zócalos del mismo material h=10cm; y Klipen New Everest 30x60m para paredes de baños.
- Tabiques internos con placas de fibrosilcato e=10mm y relleno de lana de roca para aislamiento acústico de salas de cine.
- Tabiques de pasadizos de emergencia con placas de fibrosilcato e=10mm,
RF: 1h.
- Paredes internas de áreas sociales pintadas con pintura látex lavable color blanco, acabado mate.

2.1.4.9 Zona de Ocio 2 (Bowling y karaoke)

- Piso estructurado Triángulo Jequitiba 0.16x2.275m, e=10mm, para áreas sociales de bowling. Zócalos de madera de Jequitiba, h=10cm, e10mm.
- Piso vinílico Lg Delight color gris de 2m x e=2.2mm, para karaoke.

- Piso Porcelanato Klipen Calacata Pulido 0.60x0.60m para pisos de todos los baños y Portinari Calacata HD mate de 0.30x0.60 para paredes de los mismos.
- Piso Gres Porcelanato San Lorenzo Graniti Gris Oscuro 0.60x0.60m para pisos de zona de servicio (depósitos, almacenes, baños, pasadizos de servicios), zócalos del mismo material h=10cm; y Klipen New Everest 30x60m para paredes de baños.
- Paredes internas tarrajeadas y pintadas con pintura látex lavable color blanco, acabado mate.
- Falso cielo raso con baldosas acústicas, Eternit Serene de 120X120cm, con perfiles "T" de aluminio, descolgados del techo con alambre de suspensión galvanizado.

2.1.4.10 Zona de Ocio 3 (Discoteca y Sala de juegos)

- Piso vinílico Lg Delight color gris de 2m x e=2.2mm.
- Piso Porcelanato Klipen Calacata Pulido 0.60x0.60m para pisos de todos los baños y Portinari Calacata HD mate de 0.30x0.60 para paredes de los mismos.
- Piso Gres Porcelanato San Lorenzo Graniti Gris Oscuro 0.60x0.60m para pisos de zona de servicio (depósitos, almacenes, baños, pasadizos de servicios), zócalos del mismo material h=10cm; y Klipen New Everest 30x60m para paredes de baños.
- Paredes internas tarrajeadas y pintadas con pintura látex lavable color blanco, acabado mate.
- Falso cielo raso con baldosas acústicas, Eternit Serene de 120X120cm, con perfiles "T" de aluminio, descolgados del techo con alambre de suspensión galvanizado.

III. CUADRO DE ÁREAS

NIVELES	AREA TECHADA (M2)	AREA LIBRE (M2)	AREA CONSTRUIDA (M2)
PRIMER NIVEL	8,102.965	3,618.225	11,721.19
SEGUNDO NIVEL	14,340.108	576.065	14,916.173
TERCER NIVEL	6,868.158	2,211.697	10,179.885
CUARTO NIVEL	6,437.959		6,437.959
QUINTO NIVEL	82.26		82.26
TOTAL	35,831.449	7,505.987	43,337.436

IV. PLANOS

El proyecto cuenta con la siguiente relación de planos:

CÓDIGO DE LAMINA	NOMBRE DE LAMINA	ESCALA
ESPECIALIDAD: ARQUITECTURA		
U-01	Ubicación	
A-01	Plot Plan	1/500
A-02	Master Pplan	1/400
A-03	Planos generales – Primer Nivel	1/250
A-04	Planos generales – Segundo Nivel	1/250
A-05	Planos generales – Tercer Nivel	1/250
A-06	Planos generales – Cuarto Nivel	1/250
A-07	Planos generales – Techos	1/250
A-08	Planos generales – Cortes	1/250
A-09	Planos generales – Cortes y elevaciones	1/250
A-10 al A-13	Desarrollo – Planta Primer Nivel	1/100
A-14 al A-17	Desarrollo – Planta Segundo Nivel	1/100
A-18 al A-21	Desarrollo – Planta Tercer Nivel	1/100
A-22 al A-23	Desarrollo – Planta Cuarto Nivel	1/100
A-26 al A-30	Desarrollo – Cortes	1/100
A-31 al A-32	Desarrollo – Elevaciones	1/100
A-33 al A-35	Desarrollo de bloque – Planta Primer Nivel	1/50

A-36 al A-38	Desarrollo de bloque – Planta Segundo Nivel	1/50
A-39 al A-41	Desarrollo de bloque – Cortes	1/50
A-42 al A-43	Desarrollo de bloque – Elevaciones	1/50
A-44	Desarrollo de Cocina	1/25
A-45	Desarrollo de Baños	1/25
A-46	Desarrollo de Sauna y Piscina de Hidromasajes	1/25
A-47	Desarrollo de Piscina	1/25
A-48 al A-49	Desarrollo de Escaleras	1/25
A-50	Desarrollo de Puertas y ventanas	1/25
A-51 al A-54	Detalles constructivos	1/25 y 1/5

CÓDIGO DE LAMINA	NOMBRE DE LAMINA	ESCALA
ESPECIALIDAD: ESTRUCTURAS		
E-01	Esquema estructural Primer Nivel	1/250

CÓDIGO DE LAMINA	NOMBRE DE LAMINA	ESCALA
ESPECIALIDAD: EVACUACIÓN Y SEÑALIZACIÓN		
SÑ-01	Planta Primer Nivel	1/250
SÑ-02	Planta Segundo Nivel	1/250
SÑ-03	Planta Tercer Nivel	1/250
SÑ-04	Planta Cuarto Nivel	1/250