



UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PÁEZ

**DISEÑO DE CENTRO COMERCIAL CON
TORRE DE OFICINA, IMPLANTADO EN EL
PLAN DE REORDENAMIENTO URBANO DEL
CENTRO HISTÓRICO DE VALENCIA,
MUNICIPIO VALENCIA, ESTADO CARABOBO.**

Autor: Torino Garofalo, Maria Antonietta.

Urb. Yuma II, calle N. 3. Municipio San Diego
Teléfono: (0241) 8714240 (master) – fax: (0241)8712394



**REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PÁEZ
FACULTAD DE INGENIERÍA
ESCUELA DE ARQUITECTURA
CARRERA ARQUITECTURA**

**DISEÑO DE CENTRO COMERCIAL CON TORRE DE OFICINA, IMPLANTADO
EN EL PLAN DE REORDENAMIENTO URBANO DEL CENTRO HISTÓRICO DE
VALENCIA, MUNICIPIO VALENCIA, ESTADO CARABOBO.**

Trabajo de Grado presentado como requisito parcial para optar al título de:

ARQUITECTO

Autor: Maria Antonietta Torino Garofalo

Tutor Académico: Arq. Obardo Chávez

Tutor Metodológico: Arq. Orlando Ramírez

San Diego, enero 2019



Universidad José Antonio Páez
Facultad de Ingeniería

FI - A-020-2018

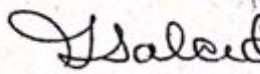
Valencia, 13 de Noviembre de 2018.

Ciudadana:
Torino María
C.I. 25.443.637
Presente.-

Cumplo con informarle que la comisión de Trabajo de Grado y Pasantías de la facultad de Ingeniería en su reunión N° 2-2018 de fecha 13/11/2018 aprobó el proyecto de trabajo de grado titulado **“DISEÑO DE UN CENTRO COMERCIAL CON TORRE DE OFICINAS, IMPLANTADO EN EL PLAN DE REORDENAMIENTO URBANO DEL CENTRO HISTORICO DE VALENCIA, MUNICIPIO VALENCIA, ESTADO CARABOBO.”** Presentado por usted como requisito para optar al título de Arquitecto.

Se ratifica la designación del Arq. Obardo Chávez, C.I. 4.131.331 como Tutor Académico y el Arq. Orlando Ramírez, C.I. 3.807.208 como Tutor Metodológico que la asesorarán en el desarrollo de este proyecto.

Atentamente,


Prof. Zulay Salcedo

Decana de la Facultad de Ingeniería



c. c. Coordinación de Pasantías y Trabajo de Grado

ZS/fr

DEDICATORIA

Para mi más grande apoyo,
Gaetano Giuseppe Garofalo Calagna, mi abuelo.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco primeramente a mis padres, que han dado todo su esfuerzo para que esta etapa de mi vida se vea completada, y por apoyarme en todo momento, a mis compañeros de clase, amigos y futuros colegas que me acompañaron a lo largo de toda la carrera tanto en los buenos momentos como en los difíciles. Le doy las gracias a Dios, por haberme iluminado este camino y llenarme de sabiduría y ganas de aprender cada día. Y por último a todos los profesores que a lo largo de la carrera han dejado una marca de conocimiento formándome como profesional.

ÍNDICE GENERAL

CONTENIDO

	pp.
LISTA DE CUADROS O TABLAS.....	ix
LISTA DE GRÁFICOS.....	x
RESUMEN INFORMATIVO.....	xi
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO	
I	EL PROBLEMA..... 2
	1.1. Planteamiento del Problema..... 2
	1.2. Formulación del Problema..... 8
	1.3. Objetivos de la Investigación..... 8
	1.4. Justificación de la Investigación..... 8
II	MARCO TEÓRICO..... 10
	2.1. Antecedentes..... 10
	2.2. Bases Teóricas..... 18
	2.3. Glosario de Términos..... 24
III	MARCO METODOLÓGICO..... 27
	3.1. Tipo de Investigación..... 27
	3.2. Población y Muestra..... 28
	3.3. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos..... 29
	3.4. Técnicas de Análisis de Datos..... 30

	3.5. Análisis de Resultados.....	37
	3.6. Fases de la Investigación.....	37
	3.7. Recursos.....	38
IV	EL PROYECTO.....	41
	4.1. El Sitio Urbano.....	41
	4.2. La Propuesta Urbana.....	42
	4.3. La Propuesta Arquitectónica.....	44
	4.4. Memoria Descriptiva.....	54
V	LA REPRESENTACIÓN GRÁFICA.....	59
	REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	66

**LISTA DE CUADROS O TABLAS
CONTENIDO**

CUADROS

TABLAS

1	Cronograma de Actividades.....	Pp. 39
---	--------------------------------	-----------

LISTA DE GRÁFICOS Y FIGURAS
CONTENIDO

GRÁFICO

FIGURA		Pp.
1	Representación de Porcentaje Item 1.....	32
2	Representación de Porcentaje Item 2.....	32
3	Representación de Porcentaje Item 3.....	33
4	Representación de Porcentaje Item 4.....	33
5	Representación de Porcentaje Item 5.....	34
6	Representación de Porcentaje Item 6.....	34
7	Representación de Porcentaje Item 7.....	35
8	Representación de Porcentaje Item 8.....	35
9	Representación de Porcentaje Item 9.....	36
10	Representación de Porcentaje Item 10.....	36
11	Diagrama de Burbujas, Planta Baja.....	51
12	Diagrama de Burbujas, Planta Sotano.....	52
13	Diagrama de Burbujas, Nivel 1.....	52
14	Diagrama de Burbujas, Nivel 2.....	53
15	Diagrama de Burbujas, Planta Oficinas.....	53
1	Diagrama de Funcionamiento.....	23
2	Conceptualización Volumétrica.....	54



REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PAÉZ
FACULTAD DE INGENIERÍA
ESCUELA DE ARQUITECTURA
CARRERA ARQUITECTURA

DISEÑO DE CENTRO COMERCIAL CON TORRE DE OFICINA IMPLANTADO EN EL PLAN DE REORDENAMIENTO DEL CASCO HISTORICO DE VALENCIA, ESTADO CARABOBO.

Autor: María Antonietta Torino Garofalo
Tutor Académico: Arq. Obaro Chávez
Tutor Metodológico: Arq. Orlando Ramírez
Fecha: Enero 2019

RESUMEN INFORMATIVO

El presente trabajo tuvo como objetivo el diseño de un Centro Comercial con Torre de Oficinas, ubicado en el Casco Histórico, municipio Valencia, estado Carabobo, en conjunto con Áreas Verdes que conectan con la Estación del Metro Cedeño y el Casco Central y Cultural, formando parte de un plan de recuperación de espacios públicos urbanos. Principalmente siendo este un contexto histórico intervenido a través de los años con la creación de nuevos urbanismos, se realiza un estudio de la historia de la edificación y se analizan las distintas variables actuales en donde se ubicó la propuesta. Y de esta manera, se integran lo público con lo privado para garantizar seguridad al usuario, el incremento poblacional y la necesidad de un espacio de entretenimiento para los ciudadanos se convirtieron en las principales directrices para plantear y desarrollar la propuesta arquitectónica. A partir de las condiciones existentes, surge la necesidad de establecer un Centro Comercial con Torre de Oficinas en el Centro de Valencia; un proyecto que beneficia a la zona en aspectos sociales y económicos, reforzando el equipamiento urbano para la recuperación del centro; y un punto de encuentro para toda la comunidad. El siguiente proyecto fue considerado un proyecto factible por lo cual el nivel de éxito fue definido bajo una investigación documental, investigación de campo y descriptiva; por lo que se define cada una de las fases del anteproyecto, las cuales son: Fase I: Diagnóstico. Fase II: Análisis de la información. Fase III: Elaboración de plan de recuperación del espacio público urbano. Fase IV: Propuesta Arquitectónica. Su importancia radica en la creación de nuevos espacios e integración de los ya existentes, en donde su unión beneficia a cada uno de los ciudadanos, en aspectos socioeconómicos, recreacionales, entre otros.

Descriptor: Diseño. Casco Central. Cultura. Centro Comercial. Torre de Oficinas.

INTRODUCCION

A lo largo del tiempo el uso de un área de trabajo para desarrollar diversas actividades, ya sean comerciales como financieras han llevado al diseño de torre empresariales o centros empresariales con extensas áreas de oficina confinadas a cubículos los cuales se ha comprobado que no promueve la productividad ni una estancia agradable para los usuarios, debido a esto el diseño de las mismas ha sufrido cambios dirigidos a crear ambientes más comunicativos y relajantes para los empleados.

En Venezuela cada día es mayor la cantidad de personas que emprenden actividades por cuenta propia, así como se ha incrementado las pequeñas y medianas empresas que cuentan con las instalaciones comerciales adecuadas para recurrir a reuniones y entrevistas de empleos entre otras acciones que se puedan presentar.

Así mismo en la ciudad de Valencia estado Carabobo se pueden apreciar diversas edificaciones cuyo uso es de torre empresarial y otras que están en construcción, pero todas con el mismo horizonte de las oficinas convencionales y para empresas con un poder adquisitivo como para optar a una de estos espacios, por lo mismo este proyecto se propone en dicha ciudad como punto de inicio para futuras propuestas innovadoras. En este orden de ideas, la presente investigación, a fin de facilitar su presentación, se estructura en los siguientes capítulos a saber:

Capítulo I: se presenta el problema, hace referencia al planteamiento y su formulación, los objetivos, la justificación de la investigación.

Capítulo II: se presenta el marco teórico, donde se exponen los antecedentes de la investigación y las bases teóricas.

Capítulo III: se indica el marco metodológico, sección que da a conocer el tipo de investigación, población y muestra, técnicas de instrumento de recolección de datos, técnica de análisis de datos y fases de la investigación.

Capitulo IV: se presentan los recursos, humanos, institucionales, materiales, tiempo y el cronograma de actividades.

CAPITULO I

EL PROBLEMA

1.1.Planteamiento del Problema

La combinación entre el espacio urbano y el comercio ha demostrado ser exitosa y por ende perdurable a lo largo del tiempo; aunque la misma relación se había dado siempre al aire libre, esta conjunción se ha venido adaptando a las necesidades de cada ciudad y sus particularidades. El crecimiento agresivo y violento de las ciudades, ha generado consigo múltiples consecuencias en la sociedad y por ende en el fenómeno urbano, es decir, los espacios como plazas y parques se empiezan a ver desplazados para dar paso a grandes centros comerciales donde las personas además de comprar obtengan un espacio de esparcimiento y entretenimiento.

Dentro de esta perspectiva, los centros comerciales son un tipo de espacio que van en aumento y que refleja los estragos de la globalización. Originarios de Estados Unidos, estos establecimientos han ido apareciendo en lugares tan diferentes culturalmente como España, Sudáfrica o Japón. Cada uno de ellos ha adoptado características del lugar en donde se ubica para lograr una mayor aceptación e integración en el entorno. A través del tiempo el concepto de los lugares destinados a realizar las compras ha venido evolucionando por distintos motivos, desde la antigua Grecia, pasando por los grandes mercados del Imperio Romano y las galerías Europeas, hasta llegar a los modernos centros comerciales de hoy.

Este fenómeno se ha podido comprobar en muchos países del mundo, donde el centro comercial ha venido sustituyendo las tradicionales formas de recreación, esparcimiento y encuentro como lo es el caso de Turquía. En el año 2002, un estudio publicado en la Universidad de Bilkent, en la ciudad de Ankara – Turkía llamado The Shopping mall as an emergent public space, revela que el ciudadano común de la ciudad de Ankara pasa mucho menos tiempo en la calle que antes, sea en plazas, parques, teatros o eventos de cualquier

tipo y aseguran que pasan mucho más tiempo en los centros comerciales ya que las personas sienten la necesidad de estar al día, actualizados con lo último de la moda, de la tecnología y otros...y es en los centros comerciales donde además de ver las tiendas y ponerse al día pueden pasear, asistir a eventos, reunirse y otras actividades que antes solo podría hacerse desplazándose de un lugar a otro.

Según una encuesta realizada por Cavececo (Cámara Venezolana de los Centros Comerciales), solo el 27% de las personas que entran a un centro comercial es para comprar, el resto acude como un lugar de recreación, encuentro y un espacio de interés laboral. Los centros comerciales, en opinión de los directivos de Cavececo, son fuentes generadoras de empleo. Señalan que en 1999, el número de construcción y comercialización de centros comerciales generó alrededor de 125 mil empleos directos y 143 mil empleos indirectos, para un total de 268 mil puestos de trabajo. La cifra representó 2,9% de la fuerza laboral no agrícola, generando más empleo directo que toda la actividad petrolera del país. Además del empleo producido, los centros comerciales generan una actividad económica importante.

Según estudio elaborado por la empresa Datanálisis (citado por Barreiro, 2006), en 2003 cerca de 84% de la población venezolana admitía visitar los centros comerciales y en 2005, esta cifra representaba cerca de 92% de los encuestados por la empresa. Estos números se traducen en dinero, y en 2005 los centros comerciales del país registraron ventas por 8.300 millones de dólares, 41% más que el año anterior.

Cabe resaltar que, estos aspectos han contribuido, sobremanera, a la proliferación de centros comerciales en el estrato superior de ciudades en el sistema urbano y la expansión de la estructura comercial al interior de la ciudad, contribuyendo a la ruptura de los esquemas de localización central y, por ende, a la reproducción de nuevos y modernos espacios de consumo, que en el caso de los centros comerciales está asociado a nuevas formas de planeamiento urbano, o, por lo menos, al surgimiento de nuevos actores en la producción de espacios urbanos; igualmente, a la fractura o polarización social y los concurrentes patrones de consumo, diferenciados espacialmente, con empleos y consumo tradicional en el centro histórico de la ciudad, y trabajo y consumo moderno en los centros comerciales.

En consideración, el rol de los centros comerciales en la expansión de las grandes ciudades, más aún, en la reproducción de los espacios de consumo, es más que evidente, pues ha contribuido a revalorizar el suelo urbano aledaño a éstos y, mediante fuerzas de crecimiento centrípeta, al atraer múltiples establecimientos comerciales a través de una modernización en las construcciones y la atracción de comercio de lujo, añadiendo valor agregado a las viviendas y locales comerciales circunvecinos.

Algo similar ocurre en Valencia estado Carabobo, donde, con excepción del Mall Metrópolis, los restantes centros comerciales están ubicados al norte de la ciudad, sector con predominio de estratos sociales de ingresos altos y medios. En ambas ciudades hay una clara segregación urbana: un norte moderno y un sur poco desarrollado desde el punto de vista urbanístico. En el caso del sector norte, los centros comerciales son arte y parte de esa modernización, pues éstos, de alguna manera, son producto de las demandas originadas por los nuevos patrones de consumo de los grupos de ingresos altos y medios, y, a su vez, reproductores de espacios de consumo.

En relación a esto, el importante desarrollo económico y poblacional de la ciudad de Valencia estado Carabobo Venezuela, en los últimos 50 años ha surgido como resultado una compleja mancha urbana con marcados contrastes en su equipamiento vial, en su infraestructura, en su distribución socioeconómica que pone en duda la posibilidad de mejorar a mediano plazo su estructura urbana y orientarse a un desarrollo sostenible. Al respecto, el casco central de este estado no debe ser visto sólo como un centro histórico en versión “museística”, sino con criterios contemporáneos, incorporando funciones y no restándole capacidades y centralidad. Así pues, la rehabilitación de espacios públicos debe permitir la llegada de comercios y de servicios de alto nivel, favoreciendo la inserción de una población social y económicamente heterogénea.

Sin embargo, en los actuales momentos la situación de los espacios públicos y la vivienda en el Área Central es bastante deprimida, observándose el mismo fenómeno que ha ocurrido en otros centros de ciudades importantes, donde las viviendas se han ido deteriorando, identificándose como algunas de las principales causas de este proceso, la situación económica existente en el país. Es muy elevado el proceso de sustitución de inmuebles

residenciales a comerciales lo que genera el abandono de los residentes y la inhabilitación del espacio público una vez finalizada la jornada comercial. Esto conlleva al aumento de terrenos e inmuebles desocupados que se deterioran de manera muy acelerada y trae como consecuencia múltiples problemas a los habitantes del sector. De igual manera, los espacios públicos han caído en abandono.

Los procesos de reestructuración, recuperación o renovación de los cascos centrales de las ciudades, crean una revalorización del suelo urbano, originando, en consecuencia, nuevos tipos de espacios públicos, a tono con la modernización urbana.

1.1.1 Análisis Urbano

Ubicación: Valencia es la capital del estado Carabobo, ubicada en el norte del territorio. Es el municipio de mayor extensión territorial de Carabobo. Del lago de Valencia le corresponde 80 kilómetros cuadrados y sus coordenadas geográficas son 68° .59' 12" de longitud oeste y 10°10'11" de latitud norte.

- Población Centro de Valencia Total: 11.800 (aprox)
- Densidad: 82,70 Hab. /ha
- Área: 143,71 ha.
- Fundación: 25 de marzo de 1.555
- Situada a 479 MSNM

Límites: Según con la Ordenanza del Plan Especial de Ordenamiento Urbano del Área Central de Valencia, promulgada el 11 de diciembre del año 2000, el Casco Central de la ciudad de Valencia está delimitado de la siguiente manera:

- Norte: Avenida Cedeño
- Sur: Avenida Lara
- Este: Autopista Circunvalación del Este
- Oeste: Avenida Fernando Figueredo

Parroquias: El centro de la ciudad de Valencia alberga las parroquias de El Socorro, La Catedral, La Candelaria, Santa Rosa.

Entorno con:

- Norte: Parroquia Urbana Socorro y Parroquia Urbana San José
- Sur: Parroquia La Candelaria y Barrio El Pajal
- Este: Parroquia de San Blas
- Oeste: El Calvario y Caja de Agua

Análisis del Sitio: El Centro histórico de la ciudad de Valencia posee un clima Tropical Templado, posee una dirección de los Vientos de Noreste a Suroeste, posee una Temperatura media anual de 26°C. Su máximo promedio es de 32,6°C, y su mínima temperatura es de 18,5°C. Posee una Hidrografía importante como lo es la del Río Cabriales que nace a 1.650 m de altitud en el cerro de Hilaria (Naguanagua) y desembocaba originalmente en el Río Pao. Sin embargo, en 1979, el ministerio del Ambiente desvió su curso al Lago de Valencia. Posee una Vegetación existente donde su mayor representante son los Caobos, posee una floja determinada como Vegetación Tropical y sus zonas más verdes se consiguen en los cerros cercanos.

Su Topografía se encuentra en terrenos planos con ligera pendiente hacia el Río Cabriales, que atraviesa dos sectores: el sector del Centro y el sector de San Blas.

Características Morfológicas: El Centro de Valencia se encuentra conformado por una cuadrícula perfecta de manzanas que tienen 100 m de largo por 100 m de ancho, formando una cuadrícula perfecta y con un gran interprete que atraviesa el centro que es el Río Cabriales, este desaparece gran parte de la cuadrícula, pero a su vez dejando así un espacio para el parque Metropolitano, el cual genera una gran cantidad de áreas Verdes a sus laterales.

Perfil Urbano: En la parte del Centro histórico se pueden Observar perfiles urbanos de uno a tres niveles de altura, pero también se consiguen en ciertas partes edificios con más de 10 niveles que están alrededor de la Plaza Bolívar y la Av. Cedeño.

Se pueden señalar tres tipos de parcelamiento:

- Parcela n° 1: Frente: 4 a 8,5 m – Fondo: 20 a 40 m.
- Parcela n° 2: Frente: 9 a 20 m – Fondo: 20 a 40 m.
- Parcela n° 3: Frente: 20 a 25 m – Fondo: 40 m.

Edificios Destacados y Monumentales:

Las declaradas “monumento histórico” por la nación son:

- Casa de la Estrella
- Teatro Municipal
- Casa Monagas
- Casa Celis
- Universidad
- Iglesia de San Francisco
- Basílica Catedral

Edificaciones Destacadas:

- Capitolio del Estado
- Puente Morillo
- Iglesia San Blas
- Colegio Don Bosco
- Viejo Oncológico
- Seminario y Capilla
- Casa de la Banda
- Museo de la Cultura
- Biblioteca de Feo La Cruz
- Liceo Martin J. Sanabria
- Unidad Sanitaria
- Liceo Peñalver

1.1.2 Formulación del Problema

En virtud del planteamiento señalado anteriormente surge la siguiente interrogante: ¿Qué beneficios trae para los usuarios del Casco histórico del centro de Valencia, estado Carabobo la creación de un centro comercial con torres de oficinas?

1.2 Objetivos de la Investigación

1.2.1 Objetivo General

Diseñar un centro comercial con torres de oficinas implantado en el plan de reordenamiento del casco histórico del centro de Valencia estado Carabobo.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Diagnosticar la problemática actual que se presenta en el Casco histórico del centro de Valencia estado Carabobo por medio de la recolección de datos, y generando una propuesta que solucione las necesidades existentes.

-Analizar la información recabada y leyes vigentes sobre el desarrollo de Centros Comerciales en el Municipio Valencia, Estado Carabobo.

-Establecer una propuesta de reordenamiento urbano para el mejor aprovechamiento de los espacios del casco histórico de Valencia estado Carabobo.

-Determinar el programa de área de un centro comercial con torres de oficinas.

-Proponer el diseño de un centro comercial con torres de oficinas en el casco histórico de Valencia, en el Estado Carabobo.

1.3 Justificación de la Investigación

El área central de Valencia es el corazón de la ciudad, en virtud de sus ilimitados potenciales sociales, económicos, turísticos y culturales. Por esta razón, resulta importante reformular la concepción de centro histórico como espacio inseguro, degradado e inhóspito,

que se ha mantenido a través de los últimos años. La sostenibilidad social y económica de todo proyecto emprendido en el Centro Urbano de la ciudad de Valencia debe garantizar el encuentro de diversos intereses que permitan la interacción sobre un área de complejas características y consoliden el centro urbano como el destino metropolitano que le corresponde; corazón del norte y del sur. Una concepción de centro histórico con visión de futuro debe contemplar una visión de integración y oportunidad, abierta tanto a sus habitantes como a sus vecinos y futuros usuarios.

Esta visión simboliza un nuevo rol, donde el Centro ya no es un lugar de paso sino el espacio donde se integran e intercambian lo público y lo privado, así como las diferentes funciones posibles, como el reconocimiento de lugar emblemático que simboliza el contexto de todos.

Para lograr la concreción del escenario planteado es necesario acometer una serie de acciones de carácter estratégico, siendo una de ellas promover la inversión inmobiliaria y fomentar el desarrollo económico del centro urbano, a través de la promoción de la elaboración de un proyecto para diseñar un centro comercial con torres de oficinas en dicho sitio, enfocado en dos direcciones: una, que otorga prioridad al residente de la zona y que incluye mejoras y revitalización de las viviendas existentes, para que las mismas conserven su uso residencial reconociendo así la importancia que tiene para la ciudad su permanencia y arraigo. La segunda promociona nuevas construcciones sobre lotes y edificaciones subutilizadas (contemporáneas o de valor tradicional), buscando así promover la heterogeneidad social del espacio con nuevos habitantes.

Finalmente, la gestión constante del proyecto emprendido por la investigadora parte de garantizar que el centro histórico reactive todos aquellos espacios públicos, fomentando el intercambio y el esparcimiento social, devolviéndole a este espacio, su función como canal impulsor de la cohesión social.

CAPÍTULO II

MARCO TEORICO

Planteado el problema y los objetivos a desarrollar, se vuelve vital investigar estudios previos que se encuentren relacionados con el tema, analizando las distintas teorías que fundamentarán la investigación. Es por ello que, la finalidad de este capítulo es la de recopilar diferentes concepciones teóricas y conceptuales que fundamentan el estudio, específicamente lo relacionado con el diseño de centros comerciales. De este modo, se detallan a continuación los antecedentes de la investigación, las bases teóricas y la definición de términos básicos.

2.1 Antecedentes de la investigación

Esta sección se refiere a los estudios previos: trabajos y tesis de grado, trabajos de ascenso, artículos e informes científicos relacionados con el problema planteado, es decir, investigaciones realizadas anteriormente y que guardan alguna vinculación con el estudio. A continuación, presentamos las investigaciones que fueron de gran ayuda para la realización del proyecto.

2.1.1 Antecedentes de la Investigación Urbanística (Nacionales)

Autores: Arq. Carlos Gómez y Moisés Benacerraf.

Título: Centro San Ignacio, Caracas.

Ubicación: Caracas, Venezuela.

Año: 1998

El Centro San Ignacio es un complejo arquitectónico venezolano de uso mixto, para comercios y oficinas, inaugurado en septiembre de 1998 y ganador de un premio Mies vander Rohe en 2009. Se encuentra ubicado en La Castellana, municipio Chacao de Caracas, Venezuela. La forma exterior se diseñó con un concepto de diseño abierto con el objetivo de integrarla de forma homogénea a la trama residencial de sus alrededores. La estructura del Centro San Ignacio es abierta al sur para dar paso a la calle proveniente del casco urbano de Chacao, permitiendo la entrada al edificio desde esa zona. Esta puerta de entrada está enmarcada por dos torres, la Copérnico (oeste) y la Kepler (este), en donde se ubican las oficinas. La solución arquitectónica de servicios fue construir una nueva calle que rodea al complejo en su cara norte. El diseño interno incluye pérgolas, puentes, terrazas y vegetación (5.000 m² de área verde). El conjunto está revestido en ladrillo rojizo con rendijas cubiertas de aplicaciones de granito y metal. El vidrio ahumado también predomina en la estructura, principalmente en las dos torres de oficinas.

Está conformado por cinco niveles comerciales denominados Blandín, Chaguaramos, Jardín, Terraza y Vivero. Los niveles Chaguaramos y Blandín están conformados por terrazas abiertas, donde se ubican los locales relacionados a servicios de comida rápida, eventos deportivos, musicales y recreacionales, mientras que en los niveles Jardín y Terrazas se encuentran los locales relacionados a ventas de productos textiles, electrónica y de consumo general. En el nivel Vivero se ubican los restaurantes de variados estilos y en ella se encuentra además un complejo de cines de la cadena Cinex, que ofrece dos salas 3D, una sala VIP y cuatro salas convencionales.

Los sectores Las Vegas, Hollywood y Broadway, ubicados en el nivel Jardín, están conformados por locales comerciales artesanales y de diseñadores nacionales. Entre todos los niveles comerciales hay 24.800 m² de superficie distribuida en más de 300 locales comerciales. El Centro San Ignacio cuenta también con una variada oferta gastronómica con acceso directo desde el exterior de la estructura.

El centro fue diseñado como una infraestructura de energía ecológica, pues gracias al diseño abierto no requiere de los sistemas de aire acondicionado y luminaria necesaria en los

complejos cerrados. En el área empresarial, el centro dispone de 23.596 m² de oficinas en las torres Copérnico y Kepler, ocupadas en su mayoría por corporaciones, con un personal aproximado en el área de 3.000 personas entre técnicos y ejecutivos. El diseño del complejo cuenta con adaptaciones para facilitar la movilización de personas con discapacidad, incluidas las torres de oficinas y los cuatros niveles de sótanos del estacionamiento, gracias al uso de rampas, escaleras mecánicas y personal de ayuda autorizado.

La estructura del Centro San Ignacio cuenta con cuatro niveles de estacionamiento, en donde están distribuidos más de 1800 puestos, de los cuales 28 son de uso prioritario para personas con algún tipo de discapacidad. El complejo cuenta con su propio servicio de transporte a través de una línea de taxis ubicados en la entrada al centro, identificables por el logo del complejo comercial en la parte superior de los vehículos como medida de seguridad. La seguridad estructural del complejo está basada en un desarrollo constructivo antisísmico, y de protección contra incendios. La seguridad interior está enfocada en el concepto de mitigación de riesgos. El equipo de seguridad está basado en un Centro de Monitoreo y Control denominado Cecom que mantiene comunicación a través de equipos de control remoto con el personal encargado para intervenir en caso de presentarse situaciones de inseguridad. La base del complejo cuenta con un sistema de circuito cerrado de televisión (CCTV), una plantilla de oficiales encargados de atender el anillo comercial y el estacionamiento, sistemas de botones de pánico en el comercio, detectores de metales⁸¹ y de movimiento para las torres de oficinas y algunos espacios del comercio, además de informar y trabajar en conjunto con las autoridades municipales y nacionales de seguridad

Autor: Arq. Bofill-Gouverneur y Asociados.

Título: Plan de la Renovación del Casco Histórico de Valencia.

Ubicación: Valencia, Edo. Carabobo.

Año: 1999

Esta renovación es el mayor ejemplo que tomar para el proyecto actual, puesto tiene relación directa con la propuesta urbana en el Casco Histórico de Valencia. Los principales objetivos que tuvieron en cuenta a la hora de llevar a cabo la renovación fueron:

- Rehabilitación del Casco Histórico y de sus alrededores.
- Descongestionamiento vehicular del casco central.
- Rehabilitación de todas las edificaciones que poseen valor patrimonial.
- Valorización de la Calle Colombia como eje emblemático de la ciudad.
- Peatonalización de las calles Constitución y Urdaneta.
- Conformación de un par vial para la continuidad de la avenida Bolívar y las Ferias a través de las calles Díaz Moreno y Boyacá.
- Ubicación de las estaciones del Metro.

Con estos objetivos se puede tomar en cuenta posibles soluciones para el descongestionamiento vehicular, ligándolo con ubicación de estacionamientos públicos sectorizados de manera estratégica.

Autor: Arq. David Gabay

Título: Centro Empresarial Galipán, Caracas

Ubicación: Caracas, Venezuela.

Año: 2005-2009

El Centro Empresarial Galipán, proyecto de edificio, comercio, oficina y estacionamiento, está ubicado en la Avenida Francisco de Miranda, entre la calle Mohedano y calle El Parque (completando la totalidad de una manzana) de la urbanización El Rosal, Caracas, Estado Miranda, corazón comercial de la ciudad capital.

Su concepto responde a la forma de una “Y” conformada por tres volúmenes que parten de un centro y sus aristas se desprenden hacia las diagonales que conforman la manzana. Los tres volúmenes están alojados uno paralelo a la Avenida Tamanaco y las otras dos diagonales hacia las dos esquinas de la Avenida Francisco de Miranda y todos entre si unidos a través de una gran plaza techada a doble altura que conforma el centro geométrico y de distribución

del conjunto. Su imagen moderna y de alta tecnología combina elementos del presente con el pasado para recordar al Edificio Galipán original a través de su espacialidad y la utilización del concreto en obra limpia material que cubre la gran plaza. Su planta baja es libre, transparente y permeable entre las 4 avenidas, la podemos atravesar o decidir entrar a las torres por medio de unas curvas acristaladas. Las torres de oficinas son todas acristaladas en su perímetro y todos los servicios están en el centro. La doble curvatura de sus volúmenes cubiertos en vidrio implicó más de 150 tamaños de vidrio. Cada edificio tiene curvatura cóncava en sentido horizontal y vertical, amarrados a una estructura de acero inoxidable interna que solo deja ver los vidrios limpios y libres sujetos únicamente por unas arañas de acero.

La búsqueda de una espacialidad ideal, rica en materiales nobles como el concreto, la madera, el granito y el acero, la luz que penetra a través de sus volúmenes y el color azul de sus cristales le dan una atmósfera única al conjunto. Su ubicación le permite conectarse rápidamente con diferentes zonas de la ciudad, teniendo muy cercana una salida hacia la Autopista del Este, acceso hacia la Avenida Libertador, Country Club, la Cota Mil y a dos cuadras de la estación del Metro.

2.1.2 Antecedentes de la Investigación Urbanística (Internacionales).

Autor: Arq. Carolina Cabrera

Título: Centro Empresarial Arrecife

Ubicación: Bogotá, Colombia

Año: 2008-2011

El Centro Empresarial Arrecife es un referente de renovación urbana en Bogotá. Además de un diseño bioclimático destacado, es edificio cuenta con aproximadamente 900 parqueaderos, espacios modernos con tecnología de punta y sistema eléctrico para suplencia total. Cuenta con una plazoleta de comidas que abastece fácilmente el entorno. Las escaleras

son presurizadas, con muros en concreto reforzado que sirven para una evacuación segura en caso de incendio.

La construcción del Centro Empresarial Arrecife se ejecutó con un sistema tradicional de columnas y concreto armado. El reto más importante fue la construcción de tres sótanos por debajo del nivel de la vía. Las excavaciones se hicieron a profundidades considerables y con todas las precauciones de estudio de suelos para evitar algún percance, además este estudio de suelos, ayuda al monitoreo constante de pantallas y del terreno como tal. Se realiza una estructura metálica llamada Cubo de 60 toneladas, apoyada en una de sus caras, consta de dos pisos (de 11 m x 11 m y ubicado a 18 m de altura). También se realiza en montaje de otra estructura metálica llamada puente, que une las dos torres de oficinas de 80 toneladas y una luz de 24 m.

Autor: Arq. Nagui Sabet

Título: Centro Comercial Calima

Ubicación: Bogotá, Colombia

Año: 2008-2011

El centro comercial Calima presenta interesantes estrategias bioclimáticas que buscan reducir las demandas energéticas del proyecto, así como también hacer uso eficiente de los recursos hídricos disponibles. En este sentido, Calima apuesta por optimizar la iluminación natural tanto por fachadas como cenitalmente en aquellos lugares y situaciones que favorecen su presencia, permitiendo iluminar extensas áreas de circulación, que de otra manera requerían de iluminación artificial. La luz natural es usada no sólo como un concepto de eficiencia energética, sino también como una condición de confort para el usuario, que le permite vincularse con un exterior y tener la presencia del tiempo, que en este tipo de edificios suele estar ausente. Se suman a lo anterior las estrategias de control solar a través de celosías y cristales con alto factor de sombra para controlar las ganancias térmicas por radiación, especialmente en el edificio de oficinas.

Con la construcción del proyecto se conforma un entorno urbano en pleno corazón de Bogotá, convirtiéndose en un referente metropolitano regional y nacional. Su presencia marca una pauta importante dentro del plan de renovación urbana liderado por la administración distrital; teniendo un efecto fundamental en la dinámica para el desarrollo económico, social y ambiental de un amplio sector aledaño. Los sistemas propuestos para el complejo de edificios de Calima Centro Comercial tienen el fin de incrementar la eficiencia energética y económica asociada con el uso excesivo de energía.

El concepto de construcción sostenible es parte integral del diseño ya que desde su inicio el proyecto puso un importante interés en las tecnologías aplicadas sobre este ámbito que dieran respuesta a las exigencias climáticas de la ciudad de Bogotá y al carácter contemporáneo que se buscaba expresar. La temperatura interna de los edificios estará controlada por los materiales de construcción y elementos arquitectónicos como lo son los paneles de cerramiento, persianas, terrazas verdes, cubiertas de alto albedo, la ventilación natural diseñada, el vidrio especificado para el control del calor y los vacíos que permiten respirar a los edificios, entre otros.

2.1.3 Reseña Histórica del Casco Central.

La historia relata que la formación de la Ciudad de Valencia a mediados del siglo XVI. A raíz de la fundación de la ciudad del Tocuyo, el 7 de diciembre de 1545, algunos habitantes de la ciudad vecina de Coro se trasladaron a la naciente ciudad por considerar su ubicación más estratégica y segura, allí se planificó las expediciones hacia la costa y el centro del país. Valencia, es consecuencia de esa planificación territorial concebida en el Tocuyo, y además cuenta con el privilegio de ser la ciudad colonial española que desde 1555 hasta hoy sigue conservando el primer trazado urbano reticular perfectamente ortogonal, tomando, así como año de fundación el 25 de marzo de 1555, día y año en que fue fundada la ciudad por Alonso Díaz Moreno con el nombre de Nueva Valencia Del Rey de acuerdo con lo establecido por el historiador colonial José Oviedo y Baños, en la formación de la ciudad de Valencia se

inició entrando por la Calle Colombia con su base en la “Ley de Indias” en su eje central la Gran Plaza Bolívar y a su lado la catedral.

2.1.4 Reseña Histórica de Centros Comerciales

La relevancia del comercio ya se manifestaba en las civilizaciones Griega y Romana, en un principio con los mercados, donde la gente simplemente se reunía, hacer intercambios comerciales, posteriormente fueron apareciendo las calles comerciales que se extendieron a todos los rincones de sus respectivos imperios y no eran más que una gran calle con comercios a los lados, algunos más elaborados que otros pero al final consistían en lo mismo, proporcionarle a la ciudad un área específica donde realizar compras. Posteriormente, en el Imperio Romano, estas calles comerciales empezaron a ser techadas y elaboradas, lo que más tarde se convirtieron en las famosas galerías comerciales. La idea básica que tienen todos los centros comerciales en común se basa en las grandes galerías comerciales que nacieron sobre todo en la segunda parte del siglo XIX en muchas metrópolis europeas y que impresionaron por sus audaces construcciones férreas; como ejemplos se puede mencionar al famoso almacén por departamentos GUM en Moscú (1888 – 1893), la Galería Vittorio Emmanuele II en Milano (1865 – 1877) o la Kaisergalerie en Berlín (1871 – 1873).

Los centros comerciales tal y como los conocemos hoy en día empezaron a aparecer en los Estados Unidos de Norteamérica ya para la primera mitad del siglo XX, pero para principios del mismo siglo podemos encontrar el Roland Park de Baltimore (1907), que tenía un grupo de locales comerciales en una línea y un estacionamiento enfrente con avisos comerciales. También se encuentra Country Club Plaza Center al sur de Kansas City construido en 1923 y que por primera vez fue concebido, construido y administrado como un conjunto.

Pero para principios de la segunda mitad del siglo XX, los historiadores coinciden en que el Northgate Center (1950), ubicado en los suburbios de Seattle fue el primer gran centro comercial al estilo moderno, fue diseñado por Víctor Gruen, también conocido como el “padre” de los centros comerciales modernos. El centro contaba con un pasillo central (mall)

y un almacén ancla ubicado al extremo del centro comercial. El centro ofrecía “todo bajo un mismo techo” lo cual permitió hacer compras en un mismo lugar independientemente de las inclemencias del clima o problemas de traslado. Después de este gran salto en la concepción de los centros comerciales empezaron a aparecer varios centros como el Southdale Shopping Center en Minneapolis (1956) considerado como el primer gran centro comercial que además de totalmente techado también era climatizado o el Helms de Houston.

Venezuela no era ajena a este nuevo concepto de lugares para comprar, por lo que también empezó a experimentar la evolución desde calles comerciales como el Silencio, y los famosos pasajes de nuestra ciudad como lo fueron el Pasaje Ramella, Linares, Zing, entre otros, hasta grandes y modernos centros comerciales como el Sambil Caracas. La historia de los centros comerciales nos da una visión del potencial que los mismos tienen para las ciudades y sus habitantes desde el punto de vista comercial, recreacional y urbanístico.

2.2. Bases Teóricas

Centro Comercial

De acuerdo con Parilli (2008) los centros comerciales

Son edificios o conjuntos de edificios provistos de estacionamiento y de servicios comunes construidos como una unidad arquitectónica planificada, desarrollada y operada para servir primordialmente a un selecto grupo de comercios propios de un área que pueden contar además de su actividad comercial con otras tan variadas como la recreativa, la comunicacional, centros de oficina, residencial, parques temáticos o cualquier otra que pueda atraer grandes grupos humanos.

Los centros comerciales son una célula del sistema de servicios de una comunidad, de una ciudad o de una región, lo cual contribuye al desarrollo en áreas como alojamiento, comida, entretenimiento y otros que sin duda son esenciales para el crecimiento turístico y urbanístico de una ciudad.

A través de los últimos años, los centros comerciales han tenido una gran evolución primeramente como un área donde se podían encontrar artículos, bienes y productos de

consumo cotidiano, actualmente ha llegado más allá que un centro de comercio transformándose en un centro de entretenimiento, esta mezcla de comercio- recreación requiere de una planificación previa para que se logre un proyecto rentable y perdurable. La realización del mismo debe considerar el entorno físico inmediato, al igual que un análisis de mercado, relación oferta- demanda, tendencias comerciales, entre otros.

Los centros comerciales generan un impacto en la ciudad, en muchos casos este impacto puede ser positivo y en otros casos no tanto. Si bien es cierto que los constructores buscan beneficiarse con la construcción de los mismos, estos a su vez deben tomar en consideración su entorno para que pueda integrarse con la ciudad y a su espacio y así poder dar un aporte a la misma, al público y la sociedad en general, ya que el mismo puede generar un impacto urbano, social y cultural.

Tipos de Centros Comerciales

El Consejo Internacional de Centros Comerciales (ICSC) clasifica los tipos de centros comerciales en los siguientes (Regalado, Fuentes, Aguirre, & García, 2009):

- Centro Regional
- Centro Súper regional
- Power Center
- Centro Temático
- Centro Comunitario.
- Centro de Vecindario o Strip Mall.
- Centro de Estilo de Vida.

Algunos Centros Comerciales reconocidos y premiados por la ICSC son los siguientes: Mercado Plaza de Palm Springs, California, USA; MultiplazaPacific, Panamá; TheMixc at City Crossing, Shenzhen, China.

Mientras que la Asociación de Centros Comerciales y Entretenimiento del Perú (ACCEP), tiene la siguiente clasificación.

- Súper Regional o Supraregional
- Regional
- Power Centers
- Comunitario
- Vecinal o Strip Center
- De estilo de vida: lifestyle, fashion mall u outlet.

Criterios de Diseño de un Centro Comercial

Para determinar los criterios es importante determinar el formato comercial o tipo de comercio que ofrecerá el proyecto, ya que eso determinara los porcentajes que ocupara cada tipo de local, adicionalmente servirá para determinar si se contara con tiendas anclas, áreas de diversión, feria de comida u otras zonas complementarias. Sin embargo existen criterios generales que aplican para el diseño de todo tipo de centro comercial, entre ellos los siguientes:

- La ubicación debe ser cercano a centros financieros o nodos económicos fuertes.
- La accesibilidad es importante por ello es ideal la cercanía de vías de alto movimiento peatonal y vehicular.
- La topografía, no es una variable perjudicial para el diseño de un centro comercial, al contrario con el manejo de la topografía pueden lograrse relaciones visuales y recorridos interesantes.

Torre de oficina

De acuerdo con Plazola (1999), define la oficina como un “local destinado a trabajos de tipo administrativo, donde trabajan los empleados públicos o particulares”. Expresa por otra parte que la oficina debe ser un núcleo de convivencia que integre diversos aspectos como

psicológicos, ergonómicos, tecnológicos, ecológicos y sociales los cuales deben ser considerados por el arquitecto al momento de diseñar y elegir colores, mobiliario, textura e iluminación para estimular la actividad intelectual y productiva.

En el mismo orden de ideas, para Arqhys (2014), un edificio de oficinas se trata de “un edificio comercial usado principalmente para operaciones administrativas de negocio”. Las operaciones con frecuencia son localizadas con otras funciones de negocio, como el almacenaje, la venta al por menor, centros de llamadas o centros de datos o fabricación. De igual manera explica Arqhys (2014), que este tipo de estructuras con frecuencia sirven como oficina central corporativa o centros de negocios, y como tal debe encontrar exigencias estéticas de diseño estrictas así como funcionales. El término “torres de oficinas” cubre una amplia gama de facilidades de instalaciones comerciales que sirven como oficina central corporativa o regional y pueden albergar una empresa o múltiples empresas.

Al respecto acota Plazola (1999), que las torres de oficinas se basan en un exterior donde predomina la propuesta arquitectónica conjuntamente con la imagen que identifica la empresa en cuestión mientras el interior se relaciona más con la ergonomía y la planificación de los espacios. Por otra parte explica el autor citado que es necesario en una torre de oficina los siguientes aspectos:

- Administración: que no es más que el lugar donde un administrador realiza su trabajo.
- Área administrativa: es todo aquel espacio donde las funciones y responsabilidades están delimitadas por un orden jerárquico.
- Área interior: se refiere a todo aquel entorno que contiene el área de trabajo, circulaciones primarias, área de mobiliario de apoyo y auxiliares.
- Automatizar: utilizando máquinas automáticas en el negocio, industria u otras operaciones con el fin de hacer más eficaz las actividades.
- Despacho: es el espacio destinado a para despachar negocios o realizar trámites, cuyo tamaño varía desde un solo ambiente hasta la planta completa de un edificio.
- Espacio de trabajo: es un área de trabajo estándar que esta seccionada o libre.

-Rascacielos: es todo aquel edificio de gran altura, que se construye en los centros urbanos donde los terrenos son escasos o con un costo elevado, aunque también hay casos en los que se construyen por razones estéticas o de prestigio.

Teniendo claro las definiciones mencionadas se debe conocer las clasificaciones que presenta una torre de oficina ya sea por su destino, forma, función, organización administrativa, trabajo de equipos multidisciplinarios y los edificios inteligentes, los mismos se explican a continuación:

-Por su destino posee dos características, el que se construye para el sector empresarial privado y aquel que se construye para organismos públicos de administración de recurso que están organizados por el gobierno.

-Por su forma se encuentran los edificios torre los cuales se caracterizan por sus disposición de planta en forma vertical empinada el cual cuenta con un núcleo vertical donde se concentran las escaleras, ascensores, servicios sanitarios y de limpieza, como inconveniente presenta la limitación de grandes áreas de oficina y la ubicación de grupos de trabajo en el entorno central, al mismo tiempo se encuentran los edificios horizontales, la potencialidad de este tipo de edificación es que permite plantas abiertas e ilimitados espacios cerrados en los cuales puede subdividirse la planta, como inconveniente presenta el límite de crecimiento vertical.

-Por su función existen diversos tipos de edificios, Plazola (1999), explica 3 ejemplos de edificaciones las cuales son: (1) El edificio de oficina: es toda construcción cuyo objetivo es esencialmente la de administración y organización. Se diseñan como edificaciones para la renta, venta o para el funcionamiento de una empresa. (2) Oficina y comercios: son aquellas construcciones que se diferencian por contener en planta baja locales comerciales y en los niveles restantes el uso de oficinas y su estacionamiento se proyecta en el sótano y el primer nivel. (3) Edificio de usos mixtos, es el conjunto de oficinas se complementan con comercio departamentos para uso habitacional, hotel y servicio bancarios, entre otros.

-Por su organización administrativa depende el uso final que se le vaya a otorgar al edificio, si está destinado para la renta y venta la edificación se subdivide en plantas o locales en los cuales el tamaño, confort y servicios dependerán del nivel socioeconómico del

arrendador, dentro del conjunto de edificios están los de uso definido las cuales son todas aquellas construcciones realizadas con entidad propia debido a que se diseñan para empresas en específico, de igual manera los “executive suite” que se construyen como un sistema de oficinas en el cual el usuario renta ya sea por hora, días, semanas o meses y puede hacer uso de todas las instalaciones.

-Para el trabajo de equipos multidisciplinarios se explica que son aquellas edificaciones destinadas a empresas de la rama empresarial y de servicio cuyo objetivo principal es enriquecer el contexto con una imagen vanguardista apoyándose en ideas de comercialización innovadora y símbolo de calidad, estas edificaciones se crean a partir de grupos corporativos que poseen acciones de diversas empresas la cuales poseen diferentes especializaciones.

Tomando en cuenta que el diseño de un edificio corporativo considera concepto y forma, el primero el cual se resuelve mediante la estructura de partes que la empresa requiera para funcionar de forma independiente y el objetivo principal del segundo es buscar demostrar la riqueza financiera con la que goza la empresa. Plazola (1999) propone un diagrama y unas proporciones básicas para el desarrollo de un edificio de oficinas el cual se observa a continuación.

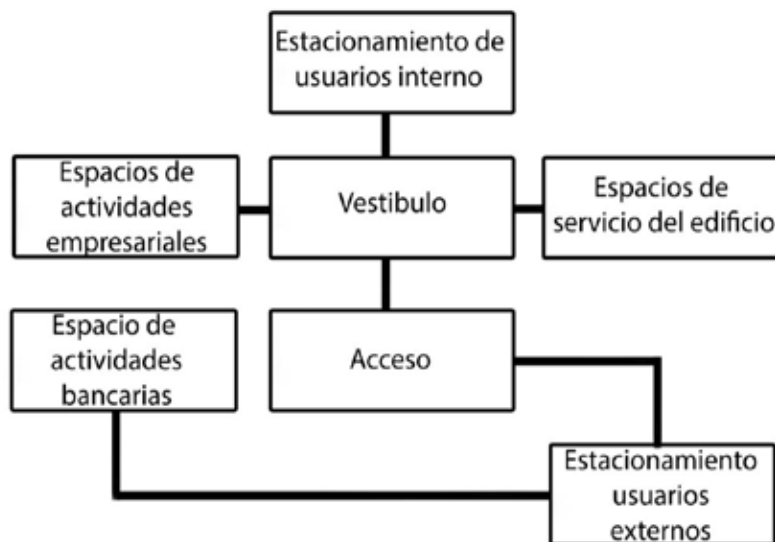


Figura 1. Diagrama de funcionamiento.
Fuente: Plazola (1999).

2.3 Glosario de Términos

- **Centro Comercial:** La noción de centro comercial, por lo tanto, está vinculada a la construcción que alberga tiendas y locales comerciales. Su objetivo es reunir, en un mismo espacio, diversas propuestas para que los potenciales clientes puedan realizar sus compras con mayor comodidad.
- **Centros Empresariales:** son espacios de apoyo a iniciativas empresariales, cuyo objetivo es facilitar la puesta en marcha de una actividad empresarial. Para ello, los Centros de Empresas ofrecen aquellas infraestructuras y servicios adecuados a las necesidades de los negocios emergentes.
- **Centro de Negocio:** Es un servicio resultado de la combinación entre recursos materiales y humanos con el fin de lograr el máximo desarrollo de su actividad empresarial de sus usuarios. El símil más apropiado es de "un hotel de empresas" dado que en un centro de negocios los usuarios encontrarán un espacio común que ofrece diferentes servicios de alojamiento a empresas: desde espacios físicos de trabajo y salas de reuniones y formación, a oficinas virtuales gracias al uso de las nuevas tecnologías de la información. Asimismo los centros de negocios disponen de recepción para recibir a sus clientes, y de un equipo de secretariado y administrativo para apoyar a sus clientes y sin ningún tipo de coste fijo para ellos.
- **Demanda:** es la suma de las compras de bienes y servicios que realiza un cierto grupo social en un momento determinado. Puede hablarse de demanda individual (cuando involucra a un consumidor) o demanda total (con la participación de todos los consumidores de un mercado).
- **Distrito Financiero:** es el término general con el que se designan las áreas centrales en que se concentran comercios y oficinas, y donde abundan los edificios altos (rascacielos) y que en las ciudades europeas suele coincidir con el casco antiguo y algunas zonas de los ensanches del siglo XIX. Sus calles son las más frecuentadas y accesibles y los precios de las viviendas son altos, aunque la población residente en ocasiones es escasa.

- **Espacio Público:** El espacio público, por lo tanto, es el lugar que está abierto a toda la sociedad, a diferencia del espacio privado que puede ser administrado o hasta cerrado según los intereses de su dueño. Un espacio público, por lo tanto, es de propiedad estatal y dominio/ uso de la población general. Puede decirse, en general, que cualquier persona puede circular por un espacio público, más allá de las limitaciones obvias que impone la ley. Como escenario de la interacción social, el espacio público cumple con funciones materiales (al dar soporte físico a las actividades colectivas) y funciones simbólicas (permite el intercambio y el diálogo entre los miembros de la comunidad).
- **Hitos Urbanos:** Los hitos dentro del espacio urbano son piezas de arquitectura singular diseñadas de forma que su altura destaque por encima de las edificaciones de su propio entorno. La función de estos hitos es servir como elementos de orientación dentro del espacio urbano.
- **Oferta:** está constituida por el conjunto de bienes y servicios que se ofrecen en el mercado en un momento determinado y con un precio concreto. Es decir, la cantidad de productos y servicios que se encuentran disponibles para ser consumidos.
- **Oficina:** es el local destinado a algún trabajo. Puede tener distintas formas de organización y de distribución del espacio de acuerdo a la cantidad de trabajadores y a su función.
- **Paisaje Urbano:** El paisaje urbano tiene una serie de características que lo diferencian con otro tipo de espacios: por un lado destaca la alta densidad de población que viven en el mismo; también una de sus características es que los paisajes urbanos suelen tener una gran homogeneidad en cuanto a su extensión y una arquitectura en sus edificios que resulta inconfundible. Todo paisaje urbano que se precie está dotado de unas infraestructuras que no existen ni en el espacio rural ni el espacio periurbano. Además es espacio, o paisaje, urbano es un territorio proclive a la prestación de servicios de todo tipo.

- **Perfil Urbano:** Las características de un perfil urbano se refiere a la conjugación de los elementos naturales y construidos que forman parte del marco visual de los habitantes de la ciudad.
- **Reordenamiento:** Modificación en la repartición de los elementos de construcción y equipamiento de una manzana, un barrio o una ciudad, para que su utilización sea más satisfactoria.

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

Una vez que se ha planteado y diseñado el proyecto de investigación, delimitando los objetivos y teniendo en consideración las bases teóricas, las cuales orientan de manera precisa e indican el tipo de datos que se requieren indagar, se deberán seleccionar los distintos métodos, elementos, técnicas e instrumentos que permitirán obtener y analizar la información requerida. Arias (2006), expresa:

La metodología del proyecto incluye el tipo o tipos de investigación, las técnicas o procedimientos que serán utilizados para llevar a cabo la indagación, el universo que se va a estudiar y los electos que van a garantizar la construcción de un instrumento adecuado para recopilar y analizar la información. (p.44).

Por otro lado, el marco metodológico, según Ballestrini (2001) “está referido al momento que alude al conjunto de procedimientos lógicos, tecno operacionales implícitos en todo proceso de investigación, con el objeto de ponerlos de manifiesto y sistematizarlos; a propósito de permitir descubrir y analizar los supuestos del estudio y de reconstruir los datos, a partir de los conceptos teóricos convencionalmente operacionalizados”. (p. 125).

3.1. Tipo de Investigación.

El estudio está enmarcado en una investigación de campo, siendo está definida por Arias (2006), como “la recolección de datos directamente de la realidad donde ocurren los hechos, sin manipular o controlar variable alguna”. (p.50). Basado en esto, se determina la necesidad del estudio de campo durante esta investigación ya que mediante este se obtendrá información proveniente directamente del entorno de manera íntima, dando a conocer distintos aspectos como: elementos físicos, elementos naturales, factores ambientales,

componentes infraestructurales, entre otras características del medio a estudiar, lo cual nos dará una perspectiva más directa, beneficiando así a las conclusiones que se obtengan.

En relación a esto, la modalidad de la investigación corresponde al proyecto factible, definido por Arias, (2006) como “una propuesta de acción para resolver un problema práctico o satisfacer una necesidad. Es indispensable que dicha propuesta se acompañe de una investigación, que demuestre su factibilidad o posibilidad de realización”. (p. 134).

Conociendo esto se afirma que en este tipo de investigación se desarrolla un procedimiento previo investigativo, en el cual mediante la recolección de datos se logró obtener la información correspondiente sobre el estado actual, histórico y planimétrico del municipio Valencia, Estado Carabobo, que garantiza así el correcto análisis y toma de decisiones según la información obtenida sobre la naturaleza del proyecto urbano y que sea efectivo en la mejora y desarrollo de acuerdo con las necesidades del sector.

Dentro de esta perspectiva, el estudio se apoya en una investigación documental la cual según Sampieri (1997), se define como “parte fundamental de un trabajo de investigación, queriendo decir con esto que se transforma en una estrategia donde el investigador observa y reflexiona sistemáticamente sobre realidades teóricas o no, usando para ello diferentes tipos de documentos.” (p. 191). Tomando en cuenta lo anterior quiere decir que es importante destacar que toda investigación documental debe tener obligatoriamente antecedentes bien documentados y por lo tanto información previa relacionada con el entorno, el medio físico y todas las características que ayuden o complementen una investigación completa y definida para la toma de decisiones en el diseño de un centro comercial con torres de oficina en el plan de reordenamiento del casco histórico de Valencia, estado Carabobo.

3.2. Población y Muestra.

La población se definió como un conjunto de individuos de la misma clase, limitada por el estudio. Según Tamayo y Tamayo, (1997), “La población se define como la totalidad del fenómeno a estudiar donde las unidades de población poseen una característica común la cual se estudia y da origen a los datos de la investigación” (P.114). Esto quiere decir que una

población es el conjunto de todos los entes que concuerdan con una serie determinada de especificaciones.

Sobre la base de esta afirmación expresada por el autor citado, en la presente investigación la población quedó constituida por mil cien (1100) usuarios del Casco Histórico del centro de Valencia del Estado Carabobo, compuesta por transeúntes, residentes, comerciantes y funcionarios que hacen vida en la referida zona. Según datos aportados por el portal del Instituto Nacional de Estadísticas de Venezuela (INE), en el último censo realizado en 2011 en el apartado de Estados por Municipios y Parroquias.

Una vez definido el número de población del área, se seleccionó la muestra, la cual es la parte representativa del conjunto de una población o universo que ha sido obtenida con el fin de investigar ciertas características del mismo. Para Hernández, Fernández y Baptista (2007), la muestra es “Un subgrupo de la población y de elementos que pertenecen a ese conjunto definido en su característica a las que llamamos población”. (p.207) esto determina que la muestra es un subconjunto de elementos que integran la población.

Sin embargo, por lo anteriormente indicado, y considerando el tamaño de la muestra la misma será probabilística, para Castro (2003) la muestra probabilística “es aquella donde todos los miembros de la población tienen la misma opción de conformarla a su vez pueden ser: muestra aleatoria simple, muestra de azar sistemático, muestra estratificada o por conglomerado o áreas” (p.31). Por lo tanto, quedó conformada por un treinta por ciento (30%) de la población, quedando compuesta por treientos treinta (330) usuarios del Casco Histórico del centro de Valencia del Estado Carabobo.

3.3 Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos.

Otro importante aspecto a desarrollar, toda vez que se ha delimitado el tipo de investigación, su diseño, la población y la muestra, está relacionado con la definición de las técnicas e instrumentos de recolección de información que servirá para la formulación de las conclusiones y para sustentar la propuesta. En este sentido, Arias (2006), señala que las técnicas de recolección de datos son: “Las distintas formas o maneras de obtener la

información”. (p.53), se puede decir que es una manera práctica y fácil de obtener información en físico. Así mismo, Rodríguez (2005) la define como: “La parte total del método que consiste en un procedimiento igualados y previstos de una determinada eficacia”. (p.124). es decir, la técnica consiste en unos pasos a seguir que están en un marco de regulación y previstos de una determinada eficacia.

Este mismo orden de ideas, las técnicas utilizadas para la investigación fueron la encuesta y la observación directa, para Arias (2006): “Una encuesta es un conjunto de preguntas normalizadas dirigidas a una muestra representativa de la población o instituciones, con el fin de conocer estados de opinión o hechos específicos.” (p.40) siendo así, lo físico la muestra de lo que la investigadora necesita para detectar por medio de la encuesta opiniones de los usuarios del Histórico del centro de Valencia del Estado Carabobo.

En lo que respecta a la observación directa según González (2015) es “un método para la recolección de información que tiene como característica principal la utilización de los sentidos, a fin de identificar lo que está sucediendo en un determinado proceso” (p.122). Esta técnica permitió observar el espacio físico del terreno urbano del Casco Histórico del centro de Valencia: dimensiones de las aceras, dimensiones de las calles, tipo de vegetación, orientación del urbanismo, aprovechamiento de los vientos y la incidencia solar.

Para ello se utilizó como instrumento, un cuestionario, definido por Hernández, Fernández y Baptista (2007) como: “Un conjunto de afirmaciones respecto a una o más variables a medir”. (p.285). Conociendo lo expuesto se pretende realizar un formato de preguntas impresas, donde los habitantes encuestados respondan a las interrogantes sobre sí mismo y sobre el entorno donde se desarrollan sus actividades. El formato deberá poseer cierto nivel de versatilidad para que pueda ser repartido, respondido y recolectado rápidamente, por lo tanto, se pretende realizarlo con simplicidad.

3.4 Técnicas de Análisis de Datos.

El análisis es la fase más sencilla para comprender los resultados y su presentación desde

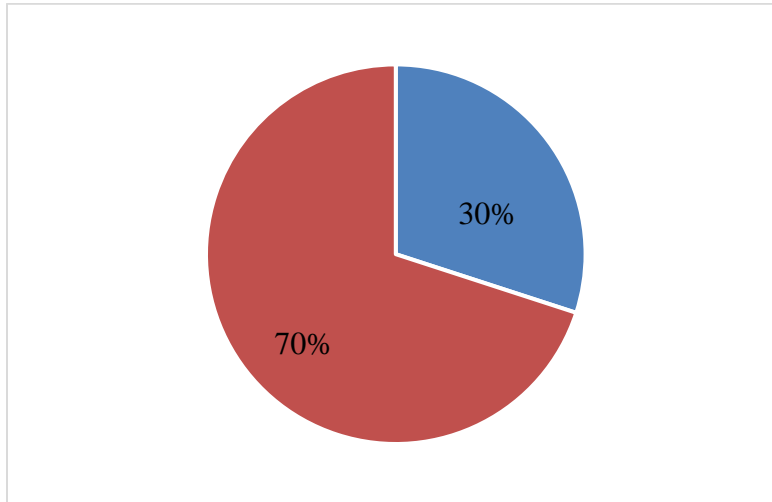
un punto de vista cuantitativo de la realidad, aplicando una información numérica como resultado de la investigación, coherentemente analizada tal como se percibieron los indicadores de estudio, siendo oportuno presentar los resultados en tablas de frecuencias y en gráficos de barra para ofrecer una mejor apreciación y comprensión de los resultados. En este orden de ideas, Rodríguez (2005), refiere: Una de las etapas culminantes del proceso investigativo consiste en interpretar los resultados obtenidos. El análisis consiste en separar un conocimiento o un objeto de las partes que lo estructuran, es decir, hallar los principios y las relaciones, las dependencias que existen en un todo” (p. 138).

De acuerdo a esta definición, el análisis de los datos se realizó para establecer la relación existente entre las variables objeto de estudio, mediante la apreciación de la información obtenida por el instrumento de recolección de datos aplicado a la muestra, utilizando para ello la estadística descriptiva. Berenson y Levine (1996), define la estadística descriptiva como: “aquellos métodos que incluyen la recolección y caracterización de un conjunto de datos con el fin de describir apropiadamente las diversas características de ese conjunto de datos” (p 3). Para este proceso, la investigadora tabulara las respuestas obtenidas del instrumento aplicado a la muestra del estudio.

Este se efectuará en función de las variables obtenidas para así evaluar los resultados en forma parcial, que además facilito la comprensión de la información, para emitir juicios críticos y así presentar la información concluida de la siguiente manera:

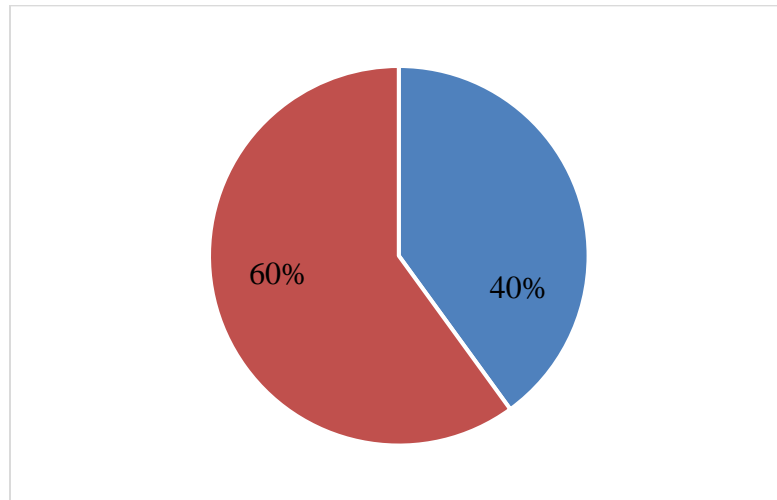
3.4.1 Gráficos de Resultados: Según Hevia (2001). “Este estadio se presenta posterior a la aplicación del instrumento y finalizada la recolección de los datos, donde se procederá a aplicar el análisis de los datos para dar respuesta a las interrogantes de la investigación.” (p.46). Después de haber obtenido los datos producto de la aplicación de los instrumentos de investigación, se procederá a codificarlos, tabularlos, y utilizar la informática a los efectos de su interpretación que permite la elaboración y presentación de tablas y gráficos estadísticas que reflejan los resultados.

1. ¿Se encuentra usted conforme con el funcionamiento de los servicios de infraestructura de los que está provisto el Casco Central de Valencia?



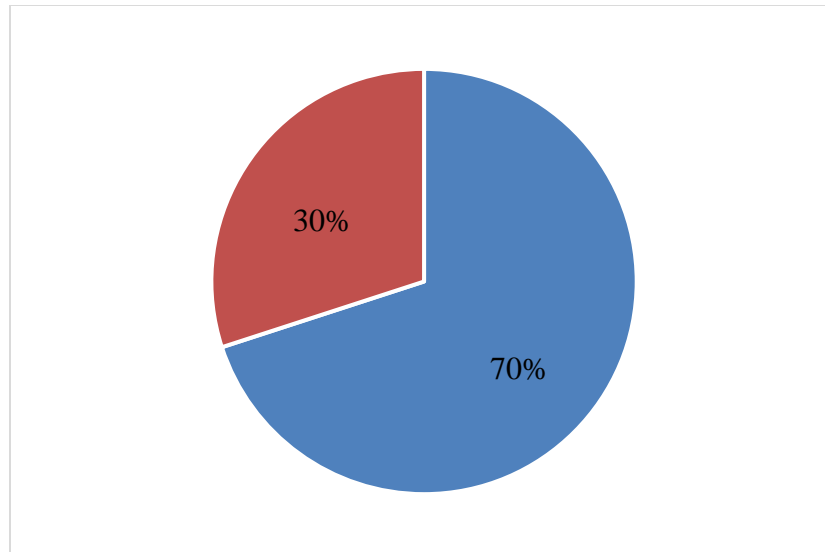
Interpretación: Un 30% de la población esta de acuerdo con el funcionamiento de los servicios de infraestructura mientras que un 70% no está de acuerdo.

2. ¿Piensa usted que el Casco Histórico de Valencia posee algún atractivo comercial o de entretenimiento?



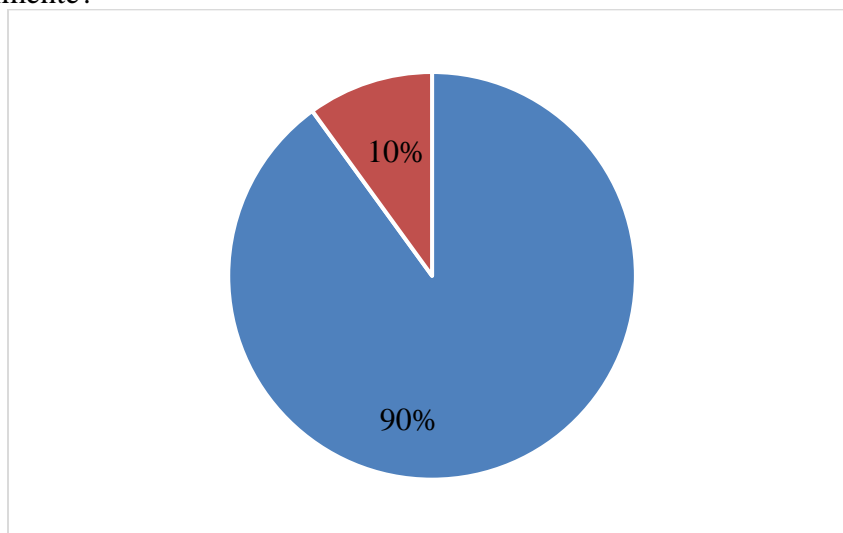
Interpretación: Un 40% de la población esta de acuerdo con que el Centro de Valencia posee algún atractivo comercial o de entretenimiento mientras que un 60% no está de acuerdo.

3. ¿Está usted de acuerdo con la formación de más lugares de carácter comercial en el Casco Histórico de Valencia?



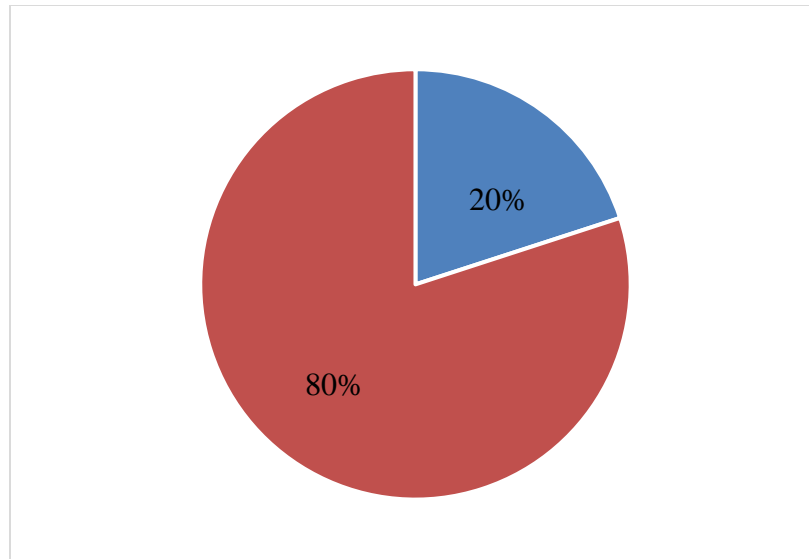
Interpretación: Un 70% de la población está de acuerdo con que el Centro de Valencia necesita la formación de más lugares comerciales mientras que un 30% no está de acuerdo.

4. ¿Considera usted que el Casco Historio es un sitio agradable para ser recorrido peatonalmente?



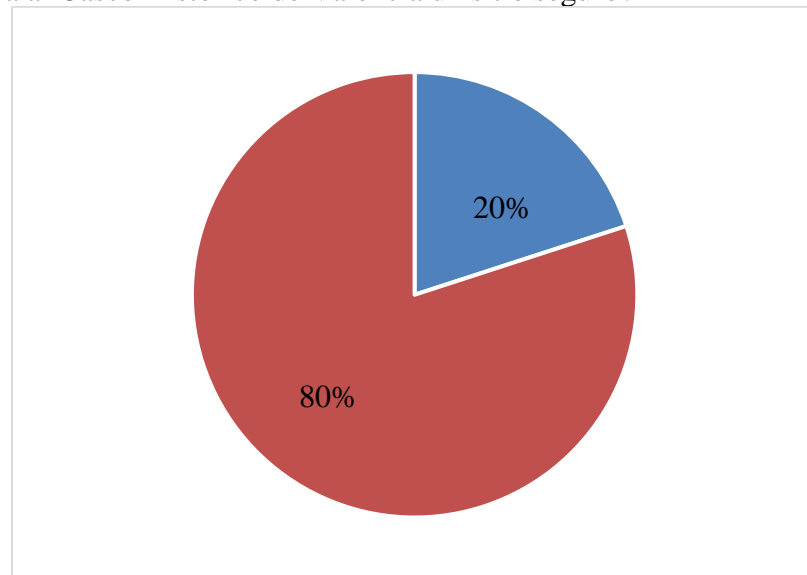
Interpretación: Un 90% de la población prefiere recorrer el Centro de Valencia peatonalmente mientras que un 10% no está de acuerdo.

5. ¿Está usted conforme con la fluidez vehicular del tráfico que se presenta diariamente en la zona?



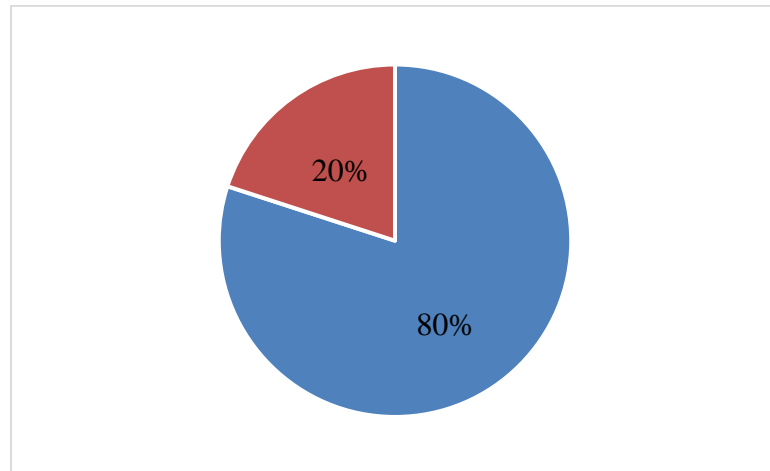
Interpretación: Un 20% de la población está de acuerdo con la fluidez vehicular en el Centro de Valencia mientras que un 80% no está de acuerdo.

6. ¿Considera al Casco Histórico de Valencia un sitio seguro?



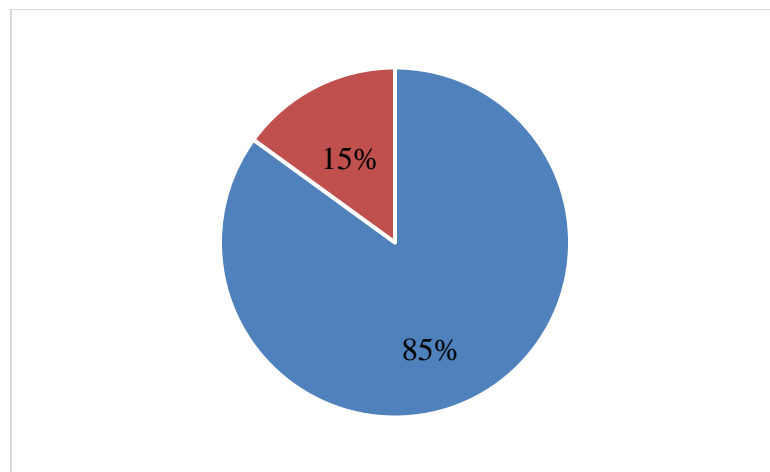
Interpretación: Un 20% de la población está de acuerdo con que el Centro de Valencia es un sitio seguro mientras que un 80% no está de acuerdo.

7. ¿Esta de acuerdo con que se construyan nuevos espacios de carácter socio cultural en el interior del Casco Histórico de Valencia?



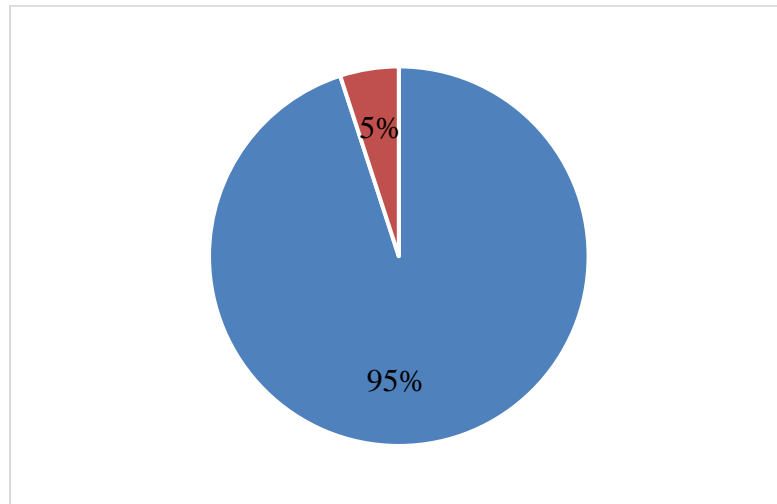
Interpretación: Un 80% de la población está de acuerdo con que el Centro de Valencia necesita nuevos espacios socio culturales mientras que un 20% no está de acuerdo.

8. ¿Considera usted como una solución factible al congestionamiento vehicular de las vías la construcción de estacionamientos verticales en el Casco Histórico de Valencia?



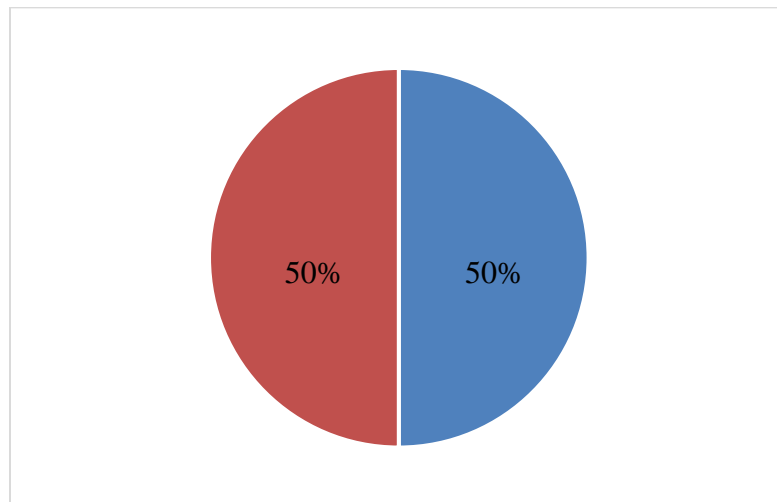
Interpretación: Un 85% de la población está de acuerdo con que la construcción de estacionamientos verticales será una solución factible para el descongestionamiento vehicular en el Centro de Valencia mientras que un 15% no está de acuerdo.

9. ¿Considera usted conveniente la creación de más bulevares peatonales en el interior del Casco Histórico de la ciudad de Valencia?



Interpretación: Un 95% de la población está de acuerdo con la creación de nuevos bulevares peatonales en el Centro de Valencia mientras que un 5% no está de acuerdo.

10. ¿Piensa usted que las edificaciones ya existentes en la zona del Casco Histórico de carácter turístico poseen buenos estándares con respecto a su calidad en general?



Interpretación: Un 50% de la población está de acuerdo con que las edificaciones existentes de carácter turístico poseen buenos estándares de calidad mientras que un 50% no está de acuerdo.

3.4.2 Análisis de Resultados.

Según Hurtado (2010), “Son las técnicas de análisis que se ocupan de relacionar, interpretar y buscar significado a la información expresada en códigos verbales e icónicos” Analizando las preguntas y los datos obtenidos se pudo concluir la importancia y necesidad de un Centro Comercial con Torre de Oficinas dentro del sector, como medio unificador y centralizador de distintas actividades que actualmente no cuentan con los espacios necesarios para desarrollar su uso correctamente, de esta forma aporta de forma cultural, comercial, empresarial y turística a la ciudad de Valencia.

3.5 Fases de la Investigación.

Para llevar a efecto la investigación de acuerdo a lo establecido por el Manual de trabajos de grado de especialización y maestría y tesis doctorales de la Universidad Pedagógica Experimental Libertador (2010) se ha de cumplir las siguientes Fases:

Fase I: Revisión bibliográfica: esta etapa permitió la búsqueda e identificación de las fuentes documentales con el fin de seleccionar el contenido documental útil y necesario a los efectos de la investigación.

Fase II: Selección de la población: para seleccionar la población se realiza una investigación documental, a fin de obtener información poblacional, lo que permitirá garantizar la factibilidad de la investigación propuesta. Selección y elaboración de instrumentos de recolección de datos: ésta se hace a través de la revisión de las diversas teorías y enfoques que explican la problemática en estudio.

Fase III: Aplicación de técnicas e instrumentos de recolección de datos: el cual plantea el acceso de la investigadora al escenario, la selección de los informantes y fuentes de datos, así como decisiones en torno al tipo de estrategia para recoger información y registro para su almacenamiento. Analítica: se realiza el análisis de resultados atendiendo los objetivos del estudio, la variable y sus indicadores a través de cuadros y gráficos estadísticos con base a los resultados derivados de la aplicación de las técnicas e instrumentos. De este análisis se obtiene el diagnóstico de la realidad del fenómeno estudiado.

Fase IV: Conclusiva, en esta fase se plantean las conclusiones con fundamento en los objetivos específicos y en los resultados. De las conclusiones se generarán las recomendaciones pertinentes.

Fase V: Propositiva, es donde se realizará y presentará la propuesta de solución a la problemática estudiada.

3.6 Recursos

Luego del desarrollo de la investigación realizada, previamente teórica y metodológicamente en respuesta de los objetivos planteados; se realizó una lista específica con costos aproximados de los aspectos administrativos, refiriéndose a los recursos involucrados en la misma y por ende es necesario resaltar los requerimientos desde el punto de vista de los recursos humanos, institucionales, el presupuesto estimado del gasto de materiales y el cronograma de las actividades propuestas a desarrollar. Por consiguiente, definimos los recursos como los elementos imprescindibles para la ejecución de dicha investigación.

3.6.1 Humanos

En los recursos humanos se definieron todos los medios humanos que intervienen directamente en el proceso investigativo siendo útiles desde la idea primaria, hasta la elaboración del informe. Conocido esto, las personas que formaran parte de la elaboración del informe son: la encuestadora que aplicara la técnica de recolección de datos, las trecientos treinta (330) personas que serán la muestra de recolección de datos, los cuales brindaran información justa sobre las necesidades del casco histórico del centro de Valencia, siendo elementos importantes en la indagación adecuada de la información para la elaboración del proyecto, y se requerirá del tutor de contenido y el asesor metodológico de la Universidad José Antonio Páez.

3.6.2 Institucionales

Se hace referencia a las distintas instituciones u organismos los cuales aportaron ayuda para la recolección de datos; dicho esto las instituciones a quienes se les recurrió para la

elaboración y culminación del siguiente trabajo son: como fuente de información primaria, la Universidad José Antonio Páez, quien presto los servicios de asesoría durante todo el proceso del desarrollo de la investigación y la biblioteca del mismo dado para el investigador pueda instruirse de la información documental existente y relacionada al tema, La Alcaldía de Valencia, La Biblioteca Municipal Feo la Cruz y la sede de INDUVAL.

3.6.3 Materiales

Los recursos materiales específicamente de escritorio y oficina, equipos electrónicos, y material papelerero con los cuales sirvieron de medio para el investigador para de hacerlo físico y poder presentar la información requerida para la elaboración del proyecto, siendo estos: tinta, tinta de impresora, computador, cámara digital, plotter, fotocopidora, papel bond base 20, marcadores, lápices, engrapadora, libretas de anotación, textos bibliográficos, pendrive, e internet.

3.6.4 Tiempo:

Se dispuso del tiempo para precisar y profundizar en el conocimiento de los objetivos. En la siguiente tabla se presentó el tiempo en el que se realizaron las diferentes actividades a desarrollar en el proceso de investigación.

Tabla 01. Cronograma de Actividades

Actividades	Tiempo										
	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero	Semanas
Inicio	X										1
Análisis Urbano											3
Diagnóstico											2
Concepto											1

Tabla 01 (cont.)

Volumetría y Estudio Funcional											8
Desarrollo del Proyecto							X	X	X		9
Presentación de Proyecto									X	X	6
Total Semanas											32

CAPÍTULO IV

EL PROYECTO

4.1 El Sitio Urbano

Valencia, ciudad que se estima fue fundada aproximadamente en el año 1555, conformando una trama urbana en torno a la Plaza Mayor, es actualmente uno de los 14 municipios autónomos que conforman el estado Carabobo, cuenta con 25 calles en sentido este-oeste y 30 en sentido norte-sur, posee actualmente 628 km² de territorio, limita al norte con el municipio Naguanagua, al sur con el estado Cojedes; al Este con los municipios San Diego, Carlos Arvelo y Los Guayos, y al Oeste con el municipio Libertador. El mismo presenta una población de acuerdo a los datos obtenidos por el I.N.E de 829.856 habitantes para el presente año.

En la actualidad, como muchos otros sectores del estado y del país en general, presentan problemáticas debido a la mala gestión de su planificación urbana inicial, la añadidura de edificaciones no aptas a la zonificación y el gran aumento poblacional, desencadenan una serie de dificultades para el desenvolvimiento natural diario de la ciudad y sus habitantes. De esta manera, puede mencionarse la mala calidad de servicios públicos básicos, como el abastecimiento de agua, electricidad y gas; sumado a la carencia de transporte público y una errada organización en el plano vehicular, complica el correcto desarrollo urbanístico de la ciudad, privando a la misma de ofrecer servicios turísticos principalmente en el Casco Central de Valencia, donde las problemáticas son aun mas notorias, sin tomar en cuenta su valor patrimonial y su importancia cultural e histórica, por esta razón, se hace necesario la realización de un desarrollo que fomente e incentive la recuperación del sector, tanto de los espacios públicos y de esparcimiento, como en edificaciones.

4.2 La Propuesta Urbana

La propuesta urbana fue desarrollada sobre los territorios actuales del Casco Central de Valencia, perteneciente al municipio Valencia del estado Carabobo; la intervención se llevo a cabo con el fin de solucionar diversos problemas que existen actualmente en la zona, teniendo en cuenta desde la zonificación, el visitante y hasta la forma en la que el peatón vive la ciudad en conjunto de su sentido de pertenencia. La conceptualización de la propuesta se basó en los problemas mas notables de la zona, siendo uno de estos el abandono, la mala gestión y la falta de edificaciones emblemáticas, planteando la integración tanto de espacios como de funciones, y de esta forma dar inicio al progreso de la ciudad, a su vez la propuesta se centra en formar un núcleo histórico- cultural en conjunto con las actividades de las parroquias urbanas El Socorro, Catedral, Candelaria, Santa Rosa y San Blas, con el fin de mejorar el ámbito económico, turístico, cultural, histórico y social, de igual forma revalorizando la urbe.

Dentro de la propuesta, la idea vital fue la de crear un boulevard peatonal como eje principal con grandes hitos y edificaciones culturales e históricas, de manera de convertir la ciudad en una gran avenida peatonal únicamente, incentivando la mejora y el uso del transporte público, sin dejar de conectarse con ejes secundarios que contienen gran tráfico vehicular y peatonal, los cuales muchos serán intervenidos a través de la modificación del perfil vial, reduciendo las vías a un carril por sentido, causado por la ampliación de las aceras; de la misma forma, la Plaza Bolívar se convierte en punto central de recreación y esparcimiento, donde alrededor de ella se formara una de las dos macro-manzanas que forman parte del urbanismo, siendo este su inicio, y la Plaza de San Blas, que denota el final del Boulevard Histórico Cultural, compuesto por la Calle Colombia, eje donde se ubican las edificaciones con mayor valor patrimonial, y las calles Libertad, Páez, Independencia y Comercio. Y entre las calles Libertad, Colombia y Páez, se plantea un área histórico-cultural que nace en la Av. Briceño Méndez hasta la Av. Porto Carrero ubicada en San Blas, para de esta forma unir ambos sectores de forma directa.

En el mismo orden de ideas, con respecto a la propuesta vial, se desarrollo un anillo de transito vehicular que bordea el área de estudio, el Casco Central, para de esta forma evitar y reducir el congestionamiento, en conjunto con la implantación de estacionamientos

verticales situados en las calles actualmente mas transitadas. Desarrollando un eje claro y principal en la Calle Colombia, se forma una cruz donde estarán situadas dos estaciones de metro, la primera en la intersección de la Av. Cedeño con la Av. Bolívar, y la segunda entre la Av. Lara con la Av. Bolívar Sur, los mismos unirán los extremos hacia el centro de la ciudad; acompañados de la incorporación de paradas de autobús que darán servicio al circuito interno de transporte público, para de esta forma evitar el exceso de lejanía entre los lugares.

Los perfiles viales de las avenidas Anzoátegui y Uslar, son modificados ampliándolos para obtener una mayor cobertura vehicular, al igual que las calles Independencia y Girardot. En las Av. Soubllette, Carabobo, Montes de Oca, Farriar, Martin Tovar y Porto Carrero están destinadas al uso de calles compartidas, las cuales se basa en una negociación del espacio entre los vehículos, motorizados, ciclovías y peatones, con limitantes denotados por texturas de piso.

El plan Especial para el transporte intraurbano en el centro Histórico de la ciudad de Valencia, es el planteamiento de una ruta de transporte que sirva como medio de traslado para las personas que viven, trabajan y son turistas dentro del centro histórico, a través de la conexión de todo el centro, se toma en cuenta un radio de al menos 500 metros entre paradas. El recorrido se conforma por las Calle Girardot, la Avenida Uslar, la Calle Independencia y la Anzoátegui, y las paradas en el Socorro, el Mercado Municipal, Paseo Cabriales, San Blas Central, Museo de la Cultura y el Boulevard Constitución.

Paralelo a esto, la desenfrenada actividad comercial formal e informal dentro de la ciudad, que influye notablemente en su desenvolvimiento, plantea ser resuelta a través de las zonas comercio-esparcimiento-residencia, con la intención de lograr la unificación de los distintos usos, para que, de esta forma, los ciudadanos y turistas puedan satisfacer sus necesidades básicas y de ocio en las cercanías de donde habitan. De igual forma, el desarrollo del Boulevard Gastronómico Cultural plantea la restauración de las fachadas coloniales, diseñando patios abiertos que puedan unirse con las viviendas, cultura y comercio, y así generar un gran espacio de permanencia, cultural, comercial y turístico.

Considerando el objetivo principal la creación de un núcleo histórico- cultural, reforzado por el turismo, se presentan edificaciones de carácter publico y que brinden actividades al sector, bien sean servicios, como hoteles, mercados municipales, centros comerciales, entes gubernamentales, registro y notaria entre otros; culturales como museos, escuelas de arte y oficio, museo de interacción para niños, sinfónica del estado, escuela de artes audiovisuales, entre otros. Para de esta forma surtir la ciudad y el urbanismo de edificaciones necesarias y primordiales en su correcto funcionamiento.

4.3 La Propuesta Arquitectónica

La arquitectura funciona como una de las herramientas mas importantes para la construcción de edificaciones y espacios, realizando un conjunto de modificaciones y alteraciones en el ambiente, con el fin de satisfacer carencias y necesidades humanas, estableciendo soluciones a alguna problemática existente en el lugar. Debido a esto, a través del estudio realizado se lograron observar carencias y problemas, los mismos que pueden ser solucionados mediante la arquitectura y el urbanismo. Es por esto que se tomó la decisión de proyectar una edificación de carácter comercial y empresarial, que funcione de la mano con la propuesta urbana y el resto de las edificaciones, que posea áreas públicas, administrativas y lugares de esparcimiento, de esta manera se habla de un Centro Comercial con Torre de Oficinas

4.3.1. Definición

La tipología de esta edificación se encuentra delimitada por tipología comercial publica, ya que contiene áreas de esparcimiento y permanencia publica dentro de sus espacios; mientras que, la torre de oficinas se caracteriza por ser de tipología empresarial privada, ya que las personas que acuden a ella van con un fin específico bajo la solicitud de un servicio especial.

4.3.2. El Usuario

Los usuarios son aquellas personas que dan uso a la edificación, así como los que aportan un servicio a la misma, los que transitan o los que permanecen haciendo uso de los espacios generados por el proyecto y su entorno. Debido a su ubicación y tipología, el Centro Comercial con Torre de Oficinas está destinado a ser un punto de convergencia principalmente para peatones, puesto que él se encuentra unido al boulevard peatonal propuesto siendo un eje conector en toda la ciudad; no obstante, en el también convergen vehículos y transporte público que conectan distintos puntos de Valencia y demás municipios.

En principio las funciones de la edificación están destinadas y adaptadas para todo tipo de usuario. Las mismas pueden ser usadas tanto por jóvenes y niños, adultos contemporáneos y personas de la tercera edad, en búsqueda de medios de recreación, comercio, y ocio; como también el personal encargado y dirigido hacia los medios empresariales. Específicamente hablando, la distribución e implantación de las áreas permiten la realización de actividades con distinto tipo de público, pero de manera simultánea e ininterrumpida.

La propuesta está compuesta por espacios abiertos y cerrados, generando áreas públicas, semiprivadas y privadas, lo cual permite que el edificio en su totalidad funcione durante varias horas del día. Pero de igual forma, intervienen espacios públicos que funcionarían en horarios específicos, tal es el caso de los locales comerciales, las salas de conferencia, las oficinas, entre otros. Por su parte la propuesta urbanística brinda áreas para todo tipo de usos recreativos, los cuales pueden ser usados por cualquier usuario.

De esta manera, los espacios semiprivados están comprendidos por las áreas administrativas y coordinación del área comercial y las oficinas, y a su vez abarcan las áreas de mantenimiento y limpieza, carga y descarga, entre otros espacios, los cuales tendrán un horario para su funcionamiento y serán restringidos al público general y solo tendrán acceso los empleados del mismo, dicho personal se distribuye a lo largo de toda la edificación, siendo un amplio equipo de trabajo.

4.3.3. El Sitio y su Contexto

Tras dicho análisis, se plantea el desarrollo de un Centro Comercial con Torre de Oficinas, implantado en el plan de reordenamiento urbano del Centro Histórico de Valencia, municipio Valencia, estado Carabobo, formando parte de un gran eje boulevard peatonal como conector directo para las zonas del sector, siendo un elemento de transición entre la trama urbana existente, patrimonios culturales e hitos históricos de la ciudad, generando de este modo una relación entre el peatón, lo histórico y lo cultural.

La propuesta se integra correctamente con su contexto inmediato, siendo este el correspondiente a una zona con múltiples usos, tales como residencial, comercial, educacional y cultural, genera automáticamente un punto importante de encuentro y unificación de actividades. El terreno está ubicado en la Calle Cedeño 105 cruce con Av. Constitución 100, Valencia, el mismo abarca una extensión de 5.331 m²; limitando al norte con la Av. 105 Cedeño, al sur con la calle 104 Vargas, al este con la Av. Urdaneta, y al oeste con la estación Cedeño del Metro de Valencia; posee una forma rectangular irregular, con los extremos más largos de medidas 82 y 86 metros lineales, mientras que los extremos más cortos 61 y 64 metros lineales. Adicionalmente, el terreno presenta una topografía con una pendiente promedio del 3.9%, dentro de 5 curvas de nivel de 0.80 metros cada una de ellas, siendo su cota máxima 472.70.

Por consecuente, las determinantes que formaron parte de la propuesta arquitectónica son la ausencia de retiros, alturas de las edificaciones que promedian entre los 12 metros, porcentaje de ubicación 100% en planta baja y mezzanina y 70% en otras plantas; y 360% que corresponde a construcción; topografía, incidencia solar y dirección de los vientos, los alrededores y la zona en general carece de espacios verdes públicos, bien sean de permanencia o no, por lo tanto, dentro del diseño fueron consideradas las mismas, componiendo una armonía con el conjunto.

4.3.4. Programa de Áreas

Seguido a estudios previos relacionados con las actividades y áreas necesarias para el Centro Comercial, Torre de Oficinas y área de servicios, se pudo sostener que las áreas mencionadas a continuación configuran el desarrollo y la funcionalidad del proyecto.

Programa de áreas general (Ver tabla 02)

1. Zona Administrativa (206 m²)

- a. Oficina de Gerencia (20 m²)
- b. Contabilidad (40 m²)
- c. Marketing (20 m²)
- d. Secretaria (25 m²)
- e. Sala de Juntas (50 m²)
- f. Estar Espera (25 m²)
- g. Tópico (15 m²)
- h. Cuarto de Limpieza (5 m²)
- i. SS.HH. de Personal Hombre (1.50 m²)
- j. SS.HH. de Personal Mujeres (1.50 m²)
- k. Cuarto de Custodia y Monitoreo (3 m²)

2. Zona Comercial

- i. Tiendas Ancla (2.490 m²)
 - a. Sala de Exhibición y Ventas (2.400 m²)
 - b. Cajas (30 m²)
 - c. SS.HH. de Mujeres (30 m²)
 - d. SS.HH. de Hombres (30 m²)
- ii. Área Administrativa (240 m²)
 - a. Administración + SS.HH. (20 m²)
 - b. Secretaria + Archivo (15 m²)
 - c. Oficina de Contabilidad (20 m²)

- d. Oficina de Jefe de Ventas (20 m²)
- e. Oficina de Personal (20 m²)
- f. Sala de Reuniones (25 m²)
- iii. Restaurante (277 m²)
 - a. Caja (2 m²)
 - b. Barra (12 m²)
 - c. Área de Mesas (180 m²)
 - d. Cocina (54 m²)
 - e. Despensa (10 m²)
 - f. SS.HH. Personal Hombres (5 m²)
 - g. SS.HH. Personal Mujeres (5 m²)
 - h. Área Administrativa (9 m²)
- iv. Galerías Comerciales (1634 m²)
 - a. 5 Tiendas de Zapatos (300 m²)
 - b. 10 Tiendas de Ropa (600 m²)
 - c. 10 Tiendas Generales (600 m²)
 - d. 6 Casetas de Venta (54 m²)
 - e. Servicios Higienicos + Discapacitados Hombres (40 m²)
 - f. Servicios Higienicos + Discapacitados Mujeres (40 m²)
- v. Área de Servicio (520 m²)
 - a. Deposito Seco (200 m²)
 - b. Deposito Frio (100 m²)
 - c. Área de Preparación (40 m²)
 - d. Vestidores + SS.HH. Hombres (30 m²)
 - e. Vestidores + SS.HH. Mujeres (30 m²)
 - f. Área de Descarga (60 m²)
 - g. Control de Mercadería (4 m²)
 - h. Cuarto de Limpieza y Mantenimiento (10 m²)
 - i. Cuarto de Basura (6 m²)

- j. Cuarto de Maquinas y Tableros (25 m²)
- k. Cuarto de Control TV (15 m²)

3. Zona de Agencias Bancarias (308 m²)

- a. 03 Agencias Bancarias + SS.HH. (240 m²)
- b. Gerencia (15 m²)
- c. Secretaría (12 m²)
- d. 4 Ventanillas (8 m²)
- e. Bóveda y Ante Bóveda (15 m²)
- f. SS.HH. para Oficinas Hombres (3 m²)
- g. SS.HH. para Oficinas Mujeres (3 m²)
- h. 3 Cajeros Automáticos (12 m²)

4. Zona de Entretenimiento (3938 m²)

- vi. Cine (2.665 m²)
 - a. Foyer (200 m²)
 - b. 6 Salas de Cine (1125 m²)
 - c. 6 Cabinas (36 m²)
 - d. Confitería (40 m²)
 - e. Boletería (6 m²)
 - f. Administración (9 m²)
 - g. Espera + Secretaria (12 m²)
 - h. SS.HH. Hombres (24 m²)
 - i. SS.HH. Mujeres (24 m²)
 - j. Deposito (40 m²)
 - k. Sala de Máquinas (12 m²)
 - l. Cuarto de Aire Acondicionado (12 m²)
- vii. Gimnasio (393 m²)
 - a. Sala de Máquinas (135 m²)

- b. Sala de Aeróbicos (135 m²)
 - c. SS.HH. Hombres + Vestidores (40 m²)
 - d. SS.HH. Mujeres + Vestidores (40 m²)
 - e. Administración (20 m²)
 - f. Cuarto de Limpieza (6 m²)
 - g. Estar (15 m²)
- viii. Discoteca Bar (477 m²)
- a. Pista de Baile (100 m²)
 - b. Barra (12 m²)
 - c. Área de Mesas (112.5 m²)
 - d. SS.HH. Hombres (24 m²)
 - e. SS.HH. Mujeres (24 m²)
 - f. Cuarto de Limpieza (9 m²)
 - g. Deposito (15 m²)
- ix. Área de Juegos (403 m²)
- a. Hall (9 m²)
 - b. Barra de Atención (10 m²)
 - c. Pista de Carros Chocones (100 m²)
 - d. Área de Juegos (240 m²)
 - e. Administración (20 m²)
 - f. Cuarto de Limpieza (9 m²)
 - g. Deposito (15 m²)

5. Zona de Comidas (739 m²)

- a. 10 Locales de Comida Rápida (200 m²)
- b. Feria de Comida para 300 personas (450 m²)
- c. SS.HH. Hombres (24 m²)
- d. SS.HH. Mujeres (24 m²)
- e. SS.HH para Discapacitados (5 m²)

f. Escenario (36 m²)

6. Servicios Generales (150 m²)

- a. Caja de Fuerza (40 m²)
- b. Sala de Máquinas y Equipos (40 m²)
- c. Cuarto de Bombeo y Cisterna (50 m²)
- d. Cuarto de Limpieza (20 m²)

7. Estacionamiento (2952.50 m²)

4.3.5. Esquema de Relaciones

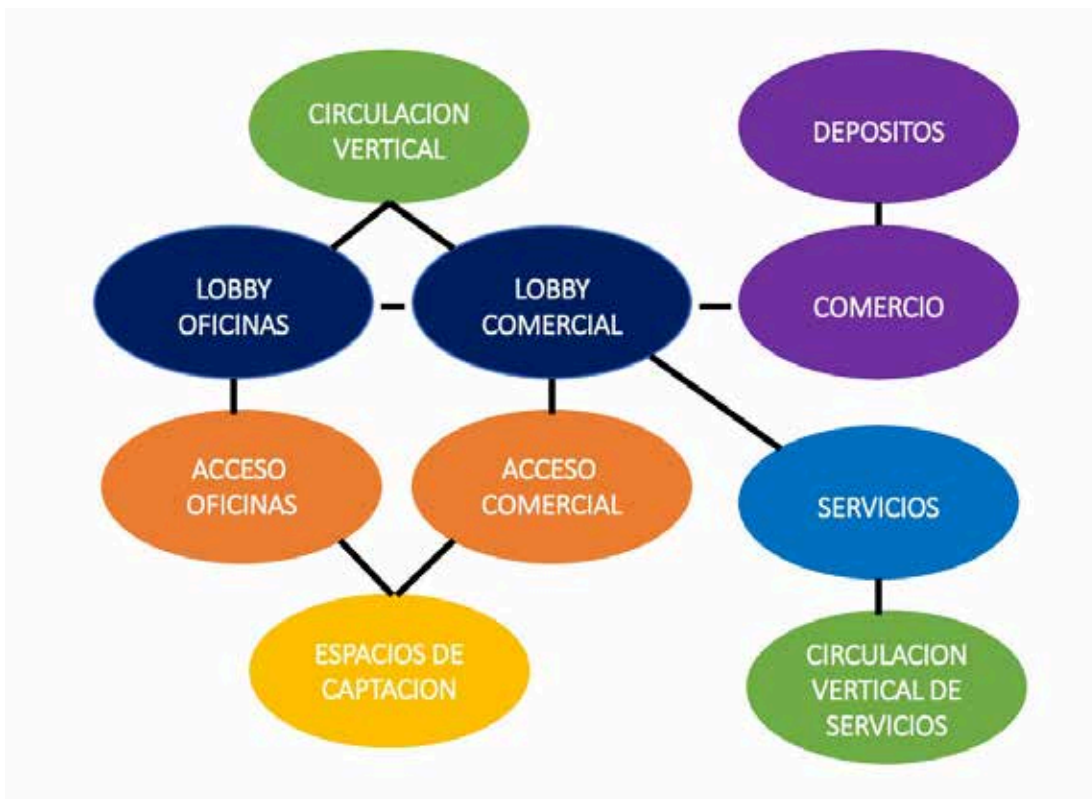


Gráfico 11: Diagrama de Burbujas. Centro Comercial con Torre de Oficinas. Planta Baja



Gráfico 12: Diagrama de Burbujas. Centro Comercial con Torre de Oficinas. Planta Sótano



Gráfico 13: Diagrama de Burbujas. Centro Comercial con Torre de Oficinas. Nivel 1



Gráfico 14: Diagrama de Burbujas. Centro Comercial con Torre de Oficinas. Nivel 2



Gráfico 15: Diagrama de Burbujas. Centro Comercial con Torre de Oficinas. Planta Tipo Oficinas

4.3.6. Concepto Generador

Funcionalmente, el concepto de la edificación nace en la necesidad de reestructurar la zona con equipamientos que fomenten el carácter de Centro Cultural e Histórico de la ciudad de Valencia, y de igual manera incentiven la atracción turística, con una edificación que interactúe con sus alrededores e interiores simultáneamente. Por otro lado, el concepto volumétrico parte de una abstracción del terreno, remarcando los accesos principales los cuales son los puntos con mayor flujo peatonal, para formar espacios de captación (Ver figura 2), y generando un patio central para que el edificio responda bioclimáticamente a su contexto y no necesite ventilación mecánica en su totalidad.

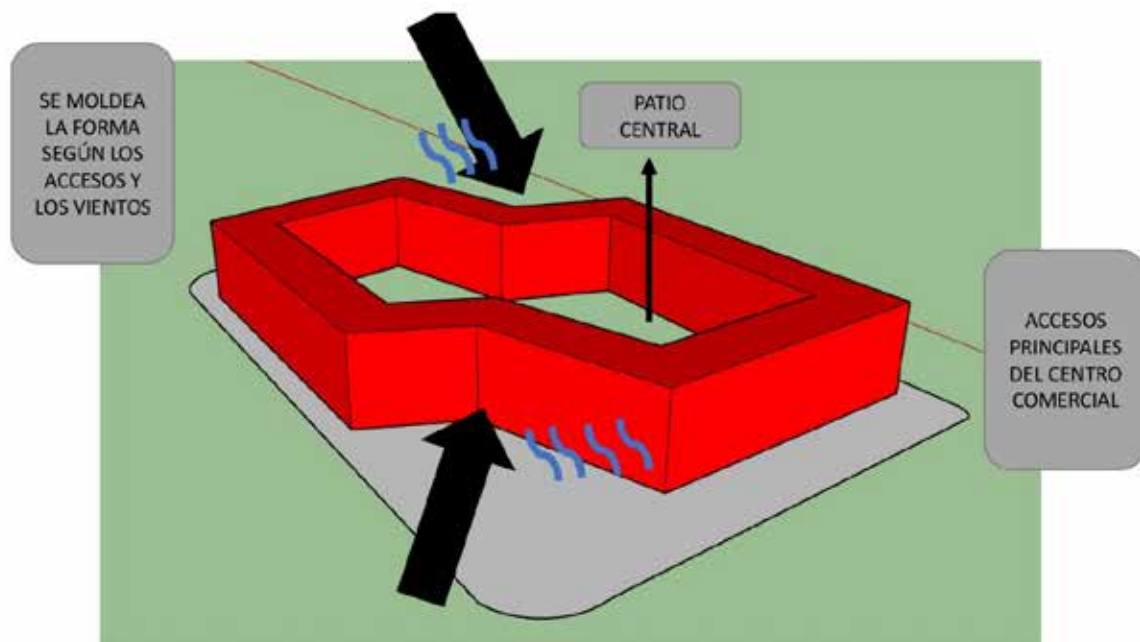


Figura 2: **Conceptualización Volumétrica.** Fuente: *Presentación Propuesta Urbana – Diseño IX (2018)*

4.3.7 Memoria Descriptiva

El presente trabajo propone la creación de un Centro Comercial con Torre de Oficinas, implantado en el Plan de Reordenamiento Urbano del Centro Histórico de Valencia. El estudio parte desde lo general, considerando todas las actividades dentro del

ámbito comercial, histórico y recreativo que estén involucrados; una vez evaluado esto, partiendo de lo ya existente, se busca preservar y mejorar sus alrededores como hitos históricos y patrimoniales, explotando al máximo sus potencialidades económicas, culturales y turísticas.

4.3.7.1 Arquitectura

El Centro Comercial con Torre de Oficinas posee una volumetría que parte de un rectángulo obtenido tras la forma del terreno, al cual se le extrae las esquinas sureste y noroeste respectivamente, las cuales indican los puntos con mayor flujo peatonal, en la esquina noroeste se encuentra la parada del Metro, la estación Cedeño, creando de esta manera una conexión con la misma; mientras que la esquina sureste crea un eje con la Av. Urdaneta, en la cual se encuentra el boulevard que nace desde la Plaza Bolívar de Valencia.

De esta manera, al acceder a la edificación se encuentra un gran atrio o patio central, donde se ubica la circulación vertical que está compuesta por escaleras mecánicas y ascensores panorámicos que permiten la visualización a toda la edificación interna; alrededor de este se encuentran las filas de locales comerciales tanto en planta baja como en nivel 1, todos con un mínimo de 20 m², cada uno con sus respectivos sanitarios y depósitos, incluyendo unos locales comerciales pequeños centrados en la edificación de 10 m²; de igual forma en planta baja también se encuentra el lobby o espacio cerrado privado destinado al público y trabajadores de la torre de oficinas. Las baterías sanitarias se encuentran en los extremos del centro comercial, 2 por cada piso, formando un núcleo de servicio. El segundo nivel posee la misma tipología añadiendo que funcionan en conjunto dos tiendas departamentales y un pequeño supermercado.

Seguidamente, el último nivel comercial, es donde se ubica la feria de comida, el cual está compuesto por una forma de terraza del centro comercial, comprende más de 10 locales de comida, y espacios bajo la sombra de unos techos con estructura tensada, este abre la

visual hacia el centro de la ciudad, demostrando su importancia y las intenciones de la propuesta.

Por otra parte, la Torre de Oficinas se encuentra en la esquina suroeste del centro comercial, esta conformada por 7 niveles, todos con la misma distribución y con más de 10 oficinas cada uno, dos núcleos de circulación vertical de emergencia cumpliendo las exigencias COVENIN, incluye también un pequeño comedor o kitchenette para los horarios de descanso y almuerzo; el lobby de la torre cuenta con una terraza en cada piso para disfrutar de las vistas que la posición del terreno ofrece, y el edificio cuenta con muros cortina para apreciar las mismas, e inclusive el centro comercial, y debido a la incidencia solar, cuenta con parasoles de forma horizontal.

El nivel semi sótano, viene formado ya que la topografía del terreno permite la creación de una planta sin afectar el nivel freático de la zona, por su cercanía con el Rio Cabriales, en este nivel se sitúa el estacionamiento general, carga y descarga con sus respectivas áreas de servicios, y entradas privadas para las oficinas, y los depósitos respectivos al supermercado.

4.3.7.2 Estructura

El sistema estructural de la edificación esta compuesta netamente de concreto, con paneles de dry wall en el techo como método para cubrir las vigas e instalaciones visibles, con pórticos mayormente cuadrículados; las grandes luces de los accesos principales son posibles debido a unas cerchas metálicas sobre columnas de concreto. Desde el nivel semisótano hasta el techo de las plantas de oficina, se ubica una gran única columna visible desde planta baja, de un diámetro mayor a un metro que al llegar a nivel de oficinas, nacen unas cerchas que sostienen parte de la estructura de la torre; de esta manera se reducen la cantidad de pórticos dentro de las plantas del centro comercial.

4.3.7.3 Instalaciones Sanitarias

Para la elaboración de la distribución de las instalaciones sanitarias se tomó en cuenta la norma sanitaria vigente requerida, empleado los elementos necesarios para suministrar y abastecer a la edificación y los umbráculos.

Aguas Blancas: Se propuso toda la distribución para los sanitarios del proyecto según la Gaceta N° 4.044 Normas Sanitarias, dichas aguas se distribuyen por toda la edificación a través de una tubería principal de PVC de dos pulgadas (2") que sube hasta planta alta por medio de un ducto de (0.50 x 1.00 mts). Ducto necesario para los bajantes y ventilación de las tuberías.

Aguas Servidas: se realiza mediante tuberías ubicadas en cada batería de baño, dirigida a una tubería de PVC de cuatro pulgadas (4"), dispuesta en el mismo sistema de ducto utilizado para las aguas blancas, descendiendo desde planta alta hasta desembocar a una taquilla principal donde a su vez es dirigida al punto del cachimbo.

Aguas Pluviales: Para este sistema de drenaje se plantea de las mismas pendientes de techo de cada edificación, direccionando las aguas grises a través de su caída natural hasta las respectivas áreas verdes ubicadas a nivel de planta baja.

Tuberías: todas serán de Poli Cloruro de Vinilo (PVC).

Instalaciones Eléctricas

Para la elaboración y distribución de las instalaciones eléctricas, se tomó en cuenta la norma vigente. Empleando los elementos necesarios para suministrar y abastecer la edificación. La instalación se realizará vía subterránea, desde el punto de la acometida, hasta el cuarto de medidores eléctricos.

Instalaciones Mecánicas

La edificación cuenta con un ascensor monta carga que está ubicado en puntos claves de la edificación, con una dimensión de 2.50 x 5.50 mts en el interior de la cabina.

Sistema Contra Incendios

Las edificaciones cuentan con una escalera de escape con ventilación presurizada, la cual cumple con todas las medidas reglamentarias tal como lo exige la norma COVENIN 810, el ascensor de carga cuenta con presurización mecánica por medio de un ventilador, el cual introduce aire a través de un ducto, cumpliendo con todas las exigencias de la norma COVENIN 1018.

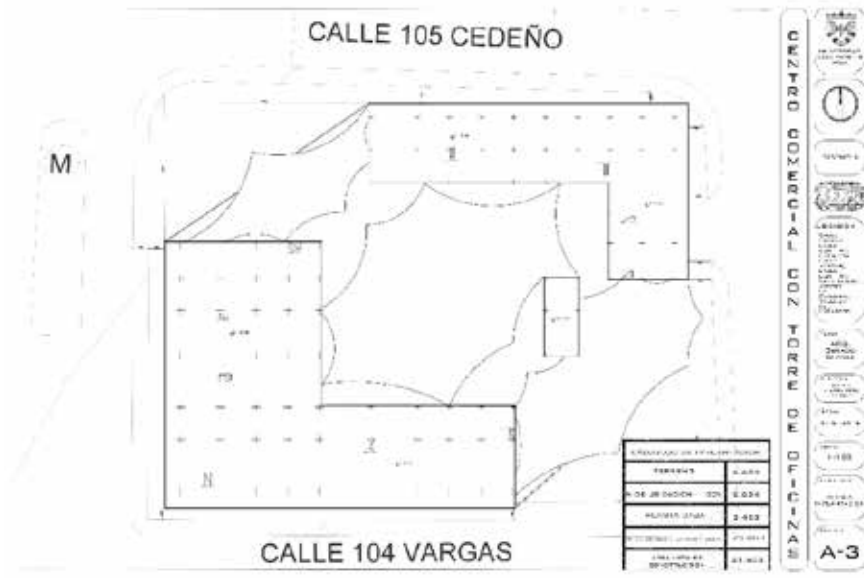
La finalidad de esta instalación es dotar la edificación de los sistemas de protección contra incendios exigidos por la norma COVENIN vigentes con la finalidad de proteger la vida de las personas que visiten y trabajen dicha edificación, y de los bienes que permanezcan ahí. Para lograr el antes descrito se procedió a diseñar un sistema de detección y alarma, automático que cubriera todas las áreas comunes y de servicios de la edificación, dicha detección se realizara con detectores térmicos de temperatura fija y velocidad de incremento de temperatura y detectores de humo en el caso que se requiera, complementando con estaciones Manuales de alarma compuesta, ubicadas con la finalidad de cumplir con las exigencias de las normas COVENIN 1040.

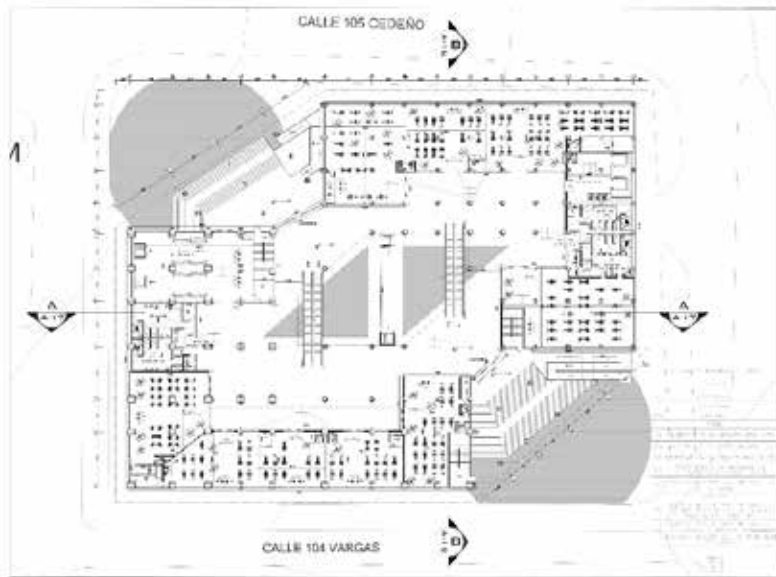
CAPÍTULO V
LA REPRESENTACIÓN GRÁFICA

1.1 Listado de Planos

A continuación, se presentarán los planos elaborados y correspondientes al proyecto realizado, el cual consta de plantas, fachadas, cortes, planos de detalles, entre otros. Estos planos seguirán con la norma DIN para su presentación.

Plano Situación.....	A-01
Plano Topográfico.....	A-01
Planta Techo.....	A-01
Planta Baja.....	A-02
Planta Primer Nivel.....	A-02
Planta Segundo Nivel.....	A-02
Planta Tercer Nivel.....	A-03
Sotano.....	A-03
Sotano.....	A-03
Sotano.....	A-04
Planta Techo.....	A-04
Planta Techo.....	A-04
Fachadas.....	A-05
Cortes.....	A-06





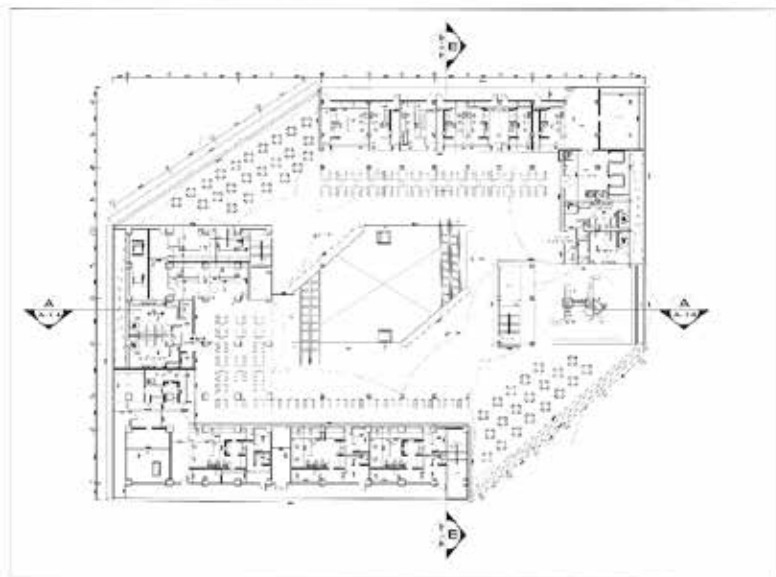
CENTRO COMERCIAL DON TORRE DE OFICINAS

A-4



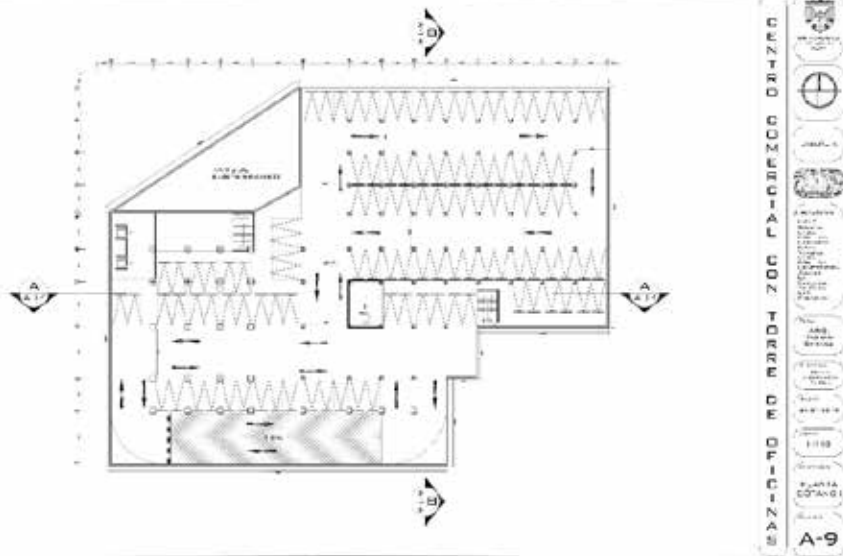
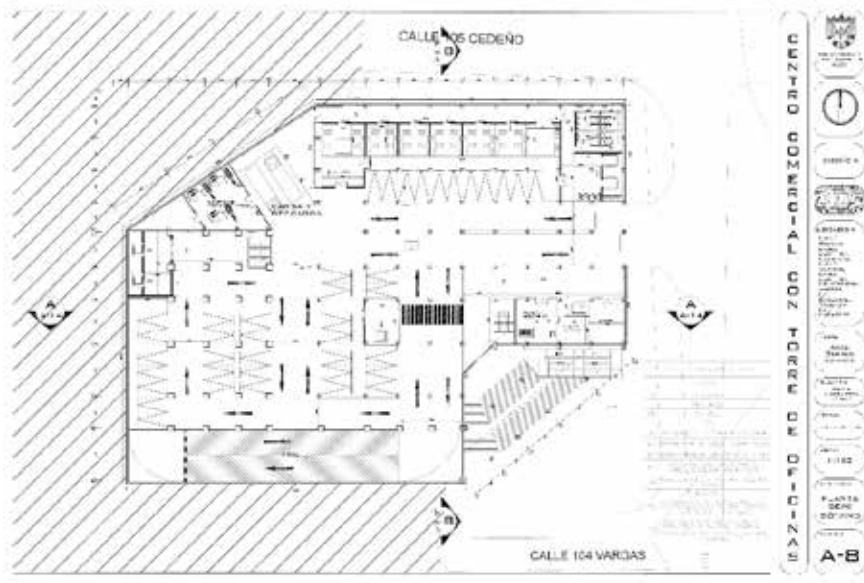
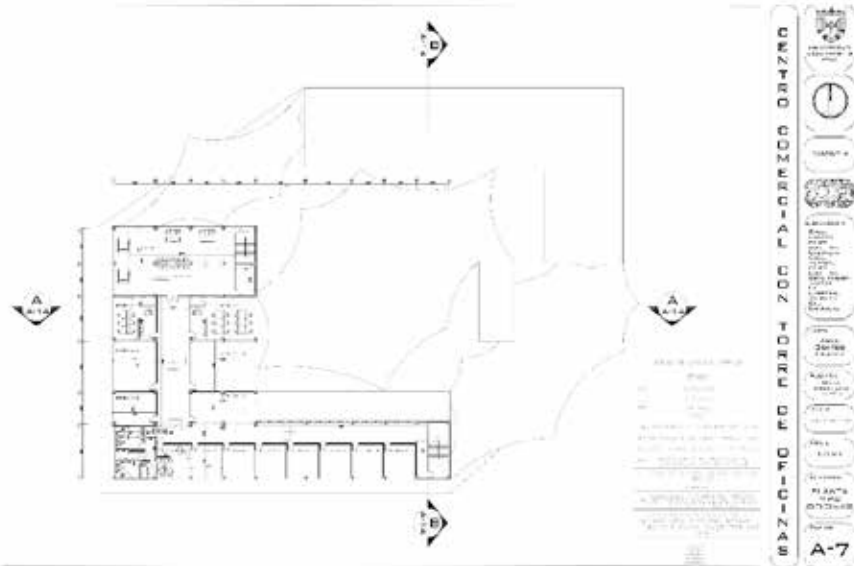
CENTRO COMERCIAL DON TORRE DE OFICINAS

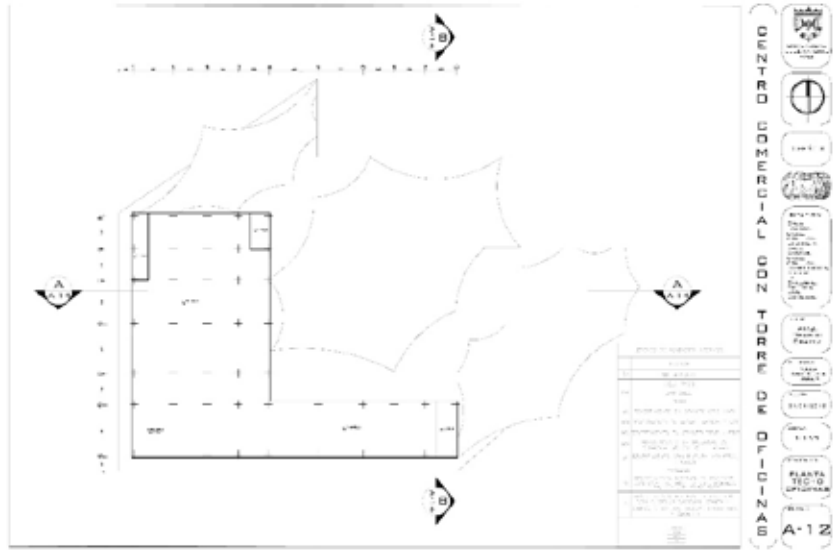
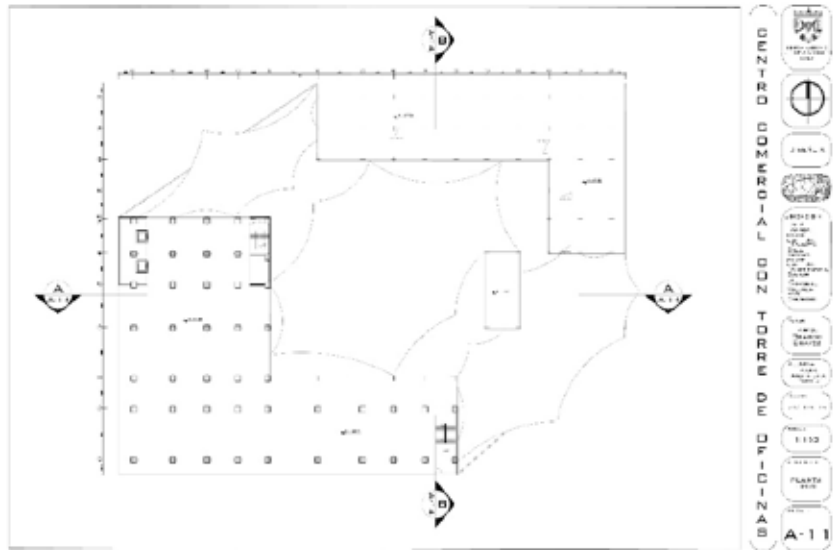
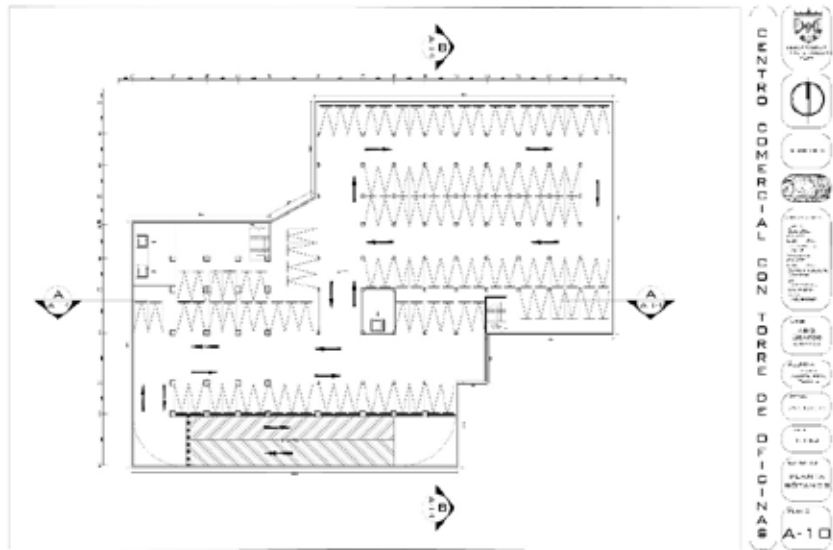
A-5

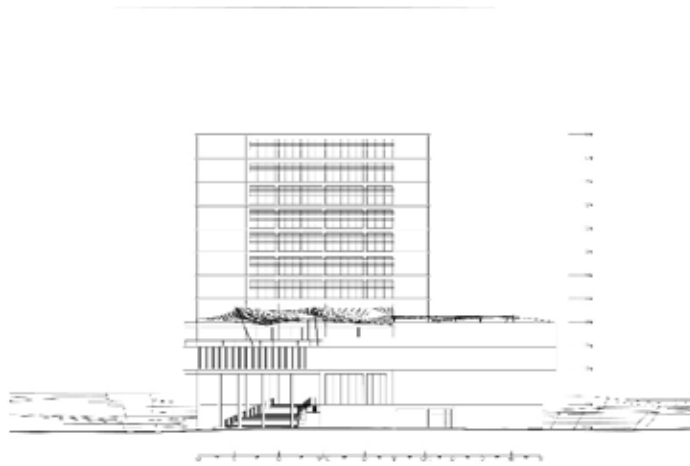


CENTRO COMERCIAL DON TORRE DE OFICINAS

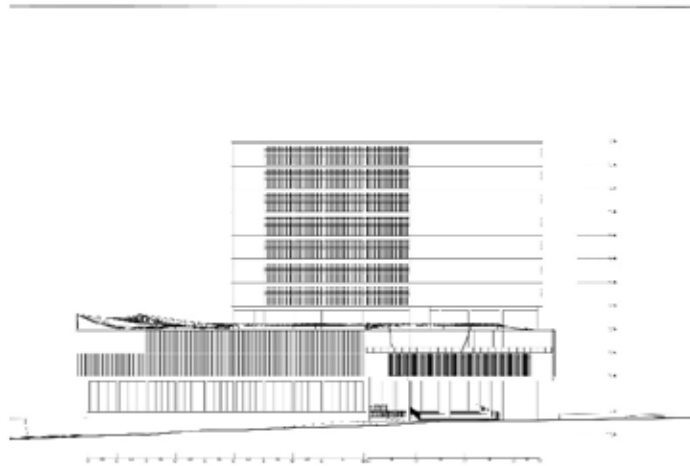
A-6







CENTRO COMMERCIAL TORRE DE FICINAS
 A-13



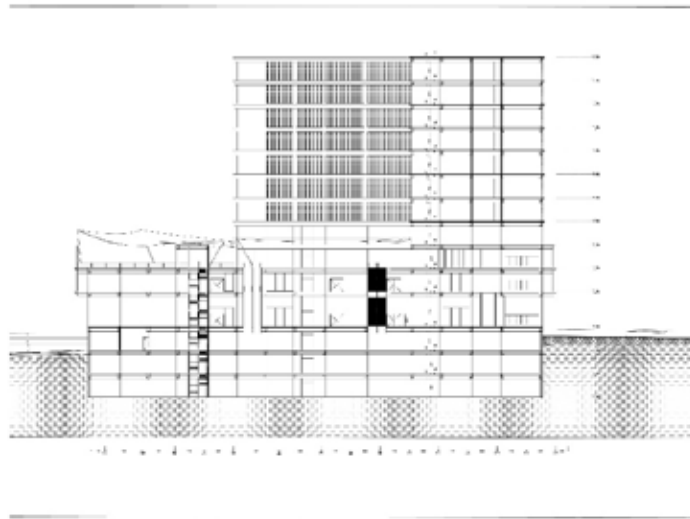
CENTRO COMMERCIAL TORRE DE FICINAS
 A-14



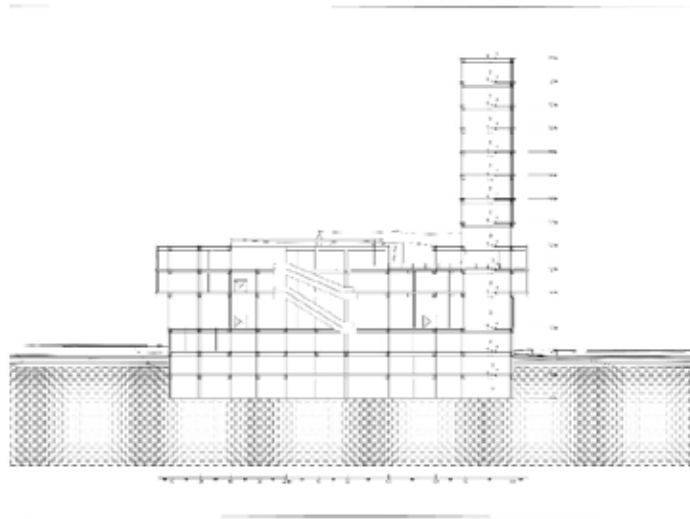
CENTRO COMMERCIAL TORRE DE FICINAS
 A-15



CENTRO COMMERCIAL TORRE DE VICENZA
 A-16



CENTRO COMMERCIAL TORRE DE VICENZA
 A-17



CENTRO COMMERCIAL TORRE DE VICENZA
 A-18

REFERENCIAS

- Arias, F. (2006). El proyecto de investigación. Introducción a la metodología científica. (5ªEd.). Editorial Episteme. Caracas, Venezuela.
- Arqhys (2014), Edificio de Oficinas. Disponible: <http://www.arqhys.com/contenidos/oficinasedificio.html>.
- Balestrini, M. (2002) Cómo se elabora el proceso de Investigación. (Para los estudios formulativos o exploratorios, descriptivos, diagnóstico, evaluativos, formulación de hipótesis causales, experimentales y los proyectos factibles). Consultores Asociados BL Servicio Editorial. Caracas. Venezuela.
- Berenson, M y Levine, D. (1996). Estadística Básica en Administración. Segunda Edición. Prentice Hall Hispanoamericana. México.
- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, P. (2007) Metodología de la Investigación. 5ta Edición. Mc Graw-Hill, Interamericana. Bogotá. Colombia.
- Parilli, E. (2008). Diseño de Centros Comerciales. Elías Parilli y Asociados Consultores C.A.
- Plazola, A. (1999). Enciclopedia de Arquitectura Plazola. Volumen 8. México: Plazola Editores.
- Regalado, O., Fuentes, C., Aguirre, G., & García, N. (2009). Factores Críticos de éxito en los centros comerciales de Lima Metropolitana y el Callao. *Revista Gerencia Global* 13, 19-21.
- Rodríguez, G (2001). La Metodología Científica. México: Mac Grand Hill.
- Tamayo y Tamayo, M. (1997) **El Proceso de la Investigación Científica**. Cuarta edición. Limusa Noriega Editores. México.
- UPEL (2010) Manual de Normas y procedimientos, Editorial de la UPEL. Caracas.