

BENEMERITA UNIVERSIDAD AUTONOMA DE PUEBLA

FACULTAD DE ARQUITECTURA

COLEGIO DE ARQUITECTURA

**CENTRO COMERCIAL LAS TORRES EN LA
COLONIA LOMAS DE SAN MIGUEL DE LA CIUDAD
DE PUEBLA.**

CLAVE: ARQ-STI-2017-17

TESIS PARA OBTENER EL TITULO DE LICENCIATURA EN
ARQUITECTURA.

PRESENTA:

JUAN CARLOS SPENCER BALBUENA ROJAS

201014723

DIRECTOR DE TESIS:

MTRO. JUAN L. AYALA ROJAS

MTRO. ARTURO ESCOBAR LOPEZ

MTRO. EDUARDO LUTRILLO MORENO

OTOÑO 2017



TERRACABA
DESING & BUILDING

Director de tesis: MDA Juan Leonardo Ayala Rojas

Asesor: MTRO. Arturo Escobar Lopez

Asesor: MTRO. Eduardo Lutrillo Moreno

Área: Arquitectura.

Subarea: Diseño Arquitectónico.

Disciplinas: **ARQUITECTURA PARA EL COMERCIO.**

Tema: CENTRO COMERCIAL "LAS TORRES" EN LA COLONIA LOMAS DE SAN MIGUEL DE LA CIUDAD DE PUEBLA.

Subtema: Servicios Comerciales.

Arquitectura para el Comercio.

Línea de investigación:

Diseño arquitectónico

Palabras claves:

Comercio, Economía, Servicios.

CATALOGACIÓN DE LA FUENTE

JUAN CARLOS SPENCER BALBUENA ROJAS

CENTRO COMERCIAL "LAS TORRES" EN LA COLONIA LOMAS DE SAN MIGUEL DE LA CIUDAD DE PUEBLA.

Puebla 2017

No. de páginas 79

Número de certificado

Diseño Arquitectónico

ISBN: _____

Agradecimientos.

Le agradezco a Dios por haberme acompañado y guiado a lo largo de mi carrera, por ser mi fortaleza en los momentos de debilidad y por brindarme una vida llena de aprendizajes, experiencias y sobre todo mucha felicidad.

Le doy gracias a mis padres Ana y Octavio por apoyarme en todo momento, por los valores que me han inculcado, y por haberme dado la oportunidad de tener una excelente educación en el transcurso de mi vida. Sobre todo por ser un excelente ejemplo de vida a seguir.

A mis hermanos por ser parte importante de mi vida.

Le agradezco a mis profesores la confianza, el tiempo y dedicación a lo largo de mi trayectoria educativa.

Juan Carlos Spencer Balbuena Rojas.



Centro Comercial Las Torres

Contenido de la Tesis.

Capítulo 1.

- 1.1 Introducción.
- 1.2 Planteamiento del Problema.
- 1.3 Pregunta de Investigación.
- 1.4 Justificación del Problema.
- 1.5 Objetivos.
- 1.6 Hipótesis.
- 1.7 Metodología.

Capítulo 2. Conceptualización del Centro Comercial.

- 2.1 Comercio.
- 2.2 Centro Comercial.
- 2.3 Tipos de Centro Comerciales .

Capítulo 3. Análisis de Sitio.

- 3.1 Contexto Social.
- 3.2 Contexto Físico.
- 3.3 Contexto Urbano.

3.4 Vistas del Sitio.

Capítulo 4. Proyectos Análogos.

- 4.1 Analogía Internacional.
- 4.2 Analogía Nacional.
- 4.3 Aplicaciones al proyecto.

Capítulo 5. Anteproyecto.

- 5.1 Programa Arquitectónico.
- 5.2 Primeras Imágenes.

Capítulo 6. Proyecto Ejecutivo.

- 6.1 Plantas Arquitectónicas.
- 6.2 Cortes.
- 6.3 Fachadas.
- 6.4 Planos Estructurales.
- 6.5 Planos de Instalaciones Hidráulicas.
- 6.6 Planos de Instalaciones Sanitarias.

Capítulo 7 Conclusión y Bibliografía.

Capítulo 1.



<https://www.google.com/comercio>

1.1 Introducción.

El comercio comienza desde épocas antiguas donde los hombres intercambiaban diferentes productos provenientes de animales o de la tierra. Hoy en día ha ido evolucionando, creando así los espacios adecuados para llevar a cabo esta actividad necesaria en la vida del hombre para satisfacer sus necesidades.

El diseño arquitectónico para el comercio debe por lo tanto considerar la situación del edificio o edificios diseñados para esta actividad, hacer un detenido análisis de la situación actual y plantear una solución para el adecuado movimiento y acomodamiento de todos los tipos de tráfico, que se dan dentro, fuera y alrededor del edificio comercial, considerando además las características de la vecindad y la comunidad allí involucradas.



<https://www.google.com/comercio>

1.2 Planteamiento del Problema.



<https://www.google.com/comercio>

El interés que hay en cuanto al tema de centro comercial se debe a que debido al crecimiento desequilibrado que existe en la ciudad de Puebla, se ha generado que la actividad de comercio, como muchas otras que hacen uso del espacio público, no cuente con un lugar designado para tales fines y se haya expandido gradualmente de manera informal. Es evidente que este problema no solo se encuentra en nuestra zona de estudio, sino que también a nivel de carácter estatal y nacional.

El cuadrante tres ubicado en el Sur- Oriente del municipio de Puebla quedó rezagado en tener un espacio designado para un centro comercial debido a la falta de planificación de la zona.

1.3 Pregunta de Investigación.



<https://www.google.com/comercio>

¿De qué manera se puede lograr una estrategia de integración comercial en la zona Sur- Oriente del municipio de Puebla, reduciendo la actividad informal existente y aumentando la convivencia de las colonias que comprenden nuestro radio de acción (Jardines de San Manuel, La Hacienda, Unidad Habitacional La Margarita, La Calera, Lomas de San Alfonso, Ciudad Universitaria, Fraccionamiento Camino Real, Fraccionamiento Lomas del Mármol, Paseos del Bosque, Infonavit Xilotzingo, Tres Cruces y Lomas de San Miguel.) ?

1.4 Justificación del Problema.

Las plazas comerciales, tiendas de autoservicio y las tiendas por sector se localizan en la mancha urbana de la ciudad, en puntos estratégicos, la mayoría en corredores urbanos o en vialidades principales, al igual en donde hay una gran concentración de población.

En el caso del municipio de Puebla, las zonas con mayor actividad comercial son la zona centro, centro- poniente y centro- oriente, localizando de esta manera 3 centros comerciales principales: Centro Comercial Angelopolis, Galerias Serdan y Distrito Sonata. Estos tres centros comerciales tienen un radio de alcance mayor a lo establecido dejando así resagadas zonas del municipio que no cuentan con dichos espacios comerciales. Esta carencia de espacios generan diferentes problemas para la población como largos recorridos, sobre cupo en centros comerciales existentes y falta de convivencia en dichas zonas.

Se eligió este cuadrante ya que es una zona habitacional importante en el municipio de Puebla que no cuenta con un espacio formal designado para el comercio y recreación de los habitantes, sino que solo cuenta con comercio informal y algunas tiendas de auto servicio.



<https://www.google.com/comercio>

1.5 Objetivos.

a. General:

Lograr la integración del comercio por medio de un centro comercial que reduzca la actividad informal que existe en la zona de estudio, así como promover principios de convivencia armónica de los usuarios con el entorno.

b. Específicos:

1. Conciliar un lenguaje tipológico en el proyecto.
2. Diseñar un espacio que integre una zona comercial con el medio físico natural predominante de la zona.
3. Utilizar materiales regionales, sostenibles y de bajo costo para la construcción del proyecto.
4. Beneficiar a los habitantes de esta área no importando edad, género, estatus socio económico y diferentes capacidades.
5. Mejorar la infraestructura urbana y servicios de los usuarios que interactúan dentro de la zona de estudio.



<https://www.google.com/comercio>

1.6 Hipótesis.

Debido al crecimiento desinhibido de las ciudades existe una falta de planeación de espacios públicos que genera que el habitante de dicha zona salga a buscar estos espacios para la realización de actividades como entretenimiento, compras y recreación necesarias en la vida diaria del usuario.

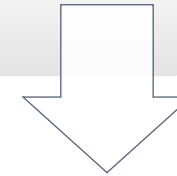
A partir de la propuesta del Centro Comercial en el cuadrante III del municipio de Puebla se verán beneficiadas las colonias aledañas debido a la plusvalía que brindará dicho proyecto satisfaciendo las necesidades y gustos de los usuarios de la zona.



<https://www.google.com/comercio>

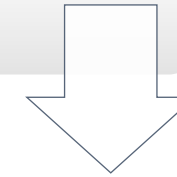
1.7 Metodología.

Identificación del Problema.



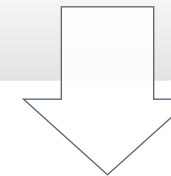
Definición del Problema.

- Centro Comercial.]



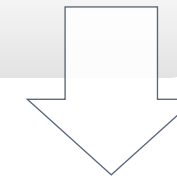
Investigación.

- Campo: Encuestas a población, mapeos y casos análogos.
- Gabinete: Recopilación y clasificación de información.



Análisis de Sitio.

- Evaluación y selección de terreno.
- Ubicación y localización de terreno.
- Topografía del terreno.
- Análisis de soleamiento y vientos.
- Análisis del entorno.
- Análisis del impacto ambiental.
- Servicios básicos con los que se cuenta.



Propuesta Final.

- Desarrollo del proyecto (planos).

Capítulo 2. Conceptualización del Centro Comercial.



<https://www.google.com/comercio>

2.1 Comercio.

Se denomina comercio a la actividad socioeconómica consistente en la compra y venta de bienes, ya sea para su uso, para su venta o para su transformación a cambio de otra cosa de igual valor.

La evolución de la promoción de mercancías ha generado la creación de diversos organismos comerciales (tiendas anclas, de autoservicio y departamentales), que venden, controlan la calidad, distribuyen, regulan el control de precios y crean leyes para proteger los intereses del comerciante y del comprador. El comercio organizado surge para agrupar un sin número de giros comerciales como tiendas ancla, que den servicio a los núcleos de población con el objeto de evitar desplazamientos innecesarios a los puntos comerciales de la ciudad además que mejoran la imagen de la localidad.



<https://www.google.com/comercio>

2.2 Centro Comercial.

Un centro comercial es una aglomeración de negocios del comercio al por menor, de recreación y de otros servicios que se planificó o que creció como un conjunto y cuya política de comercio y de publicidad es coordinada por una administración común. El centro comercial y recreacional se caracteriza por ubicarse en un edificio grande y de arquitectura refinada que no está conectado con otros edificios y que tiene buena conexión vial, grandes estacionamientos y generalmente dos o tres pisos comerciales. El centro se abre hacia un paseo peatonal en su interior que está dotado con elementos de adorno y posibilidades para sentarse y que generalmente está techado y climatizado. Además, el centro cuenta con varias instalaciones comerciales y recreacionales muy frecuentadas y de gran extensión (almacenes por departamentos o de moda, cines, parques infantiles, área de comida) que se ubican en puntos estratégicos horizontales y verticales del centro comercial.



<https://www.google.com/comercio>

2.3 Tipos de Centros Comerciales.

a) Por función:

- **Centro Vecinal:** Este tipo de centro está diseñado para ofrecer comodidad en la compra de productos que satisfagan las necesidades diarias de los vecinos inmediatos al centro. El ancla más usual para estos centros es un supermercado. Además, estos centros cuentan con establecimientos destinados para otro tipo de venta como por ejemplo: medicina, servicios personales y diversos y con un área promedio de 5000m² que varían entre 2500 y 1000 m² de ABR (Área Bruta Rentable). Este centro es llamado también centro de conveniencia, atiende de 2500 a 4000 personas.

Un ejemplo en la ciudad de Puebla es el Centro Comercial Cruz del Sur que cuenta como tienda ancla el Grupo Comercial Chedrahui. Este centro vecinal también cuenta con cines, fast food, bancos y otras tiendas comerciales.

- **Centro Comunal:** Este centro está construido alrededor de unas tiendas de departamentos no muy grandes, en adición a un supermercado. Estos centros a sus compradores un rango más grande y profundo de mercadería. El área promedio para estos centros es de 15000m² variando entre 10000 y 30000 de ABR. Está capacitado para atender a una población de 40,000 a 150,000 personas.

Un centro comunal en la ciudad de Puebla es el Centro Comercial Angelopolis, que aunque no cuenta con un super mercado tiene 4 tiendas anclas que son Liverpool, Palacio de Hierro, Sears y Sanborns. También cuenta con cines, fast food, restaurantes, y diferentes tiendas de distintos giros comerciales.

- **Centro Regional:** El centro regional, además de ofrecer una alta gama de mercaderías en general. Su ABR mínimo es de 10000 m². El diseño más usado es el de tipo Mall ya sea abierto o encerrado, como un conector entre anclas. El Mall establece un patrón básico para dirigir el tráfico de consumidores a través de las tiendas suplementarias, localizadas entre las anclas mayores. El centro Regional tiene un ABR típico de 40000m², variando entre 30000 y 100000 m². Cuando sobre pasa los 75000 m² de ABR e incluye tres o más tiendas de departamentos entonces ya pasa a ser un Súper Centro Comercial.

En Puebla podemos localizar un centro regional en Outlet Puebla Premier.

b) Por patrones:

- **LINEAL:** Es cuando se tiene una línea recta de comercios con un área de estacionamiento en la parte de enfrente y una pequeña calle de servicios en la parte de atrás, por lo general cuenta con un supermercado que actúa como ancla en uno de los extremos. Usualmente es de tipo vecinal, a una escala pequeña, aunque no siempre ya que en algunos casos puede ser mayor.

- **EN “L”:** Este es un centro lineal con una franja de tiendas situadas perpendicularmente formando un ángulo recto o “L”. El estacionamiento está situado en la parte de enfrente y su área de servicio en la parte posterior, sus anclas por lo general se encuentran en los extremos. Esta forma se adapta muy bien en esquinas y es usada por centros vecinales.
- **EN “U”:** Este es un centro lineal con dos franjas de tiendas situadas una en cada uno de los extremos, su estacionamiento se sitúa en la parte central y sus servicios en la parte exterior, por lo que tienden a ser centros comunales. Estos pueden tener hasta tres anclas.
- **CLUSTER:** Este es un diseño más reciente y se emplea mucho en centros regionales. Los comercios están localizados de tal manera que forman un rectángulo alrededor del núcleo, el estacionamiento se sitúa en los cuatro lados exteriores y los servicios previstos por medio de bahías, un túnel o una combinación de ambos. El núcleo central es destinado para el ancla.
- **EN “T”:** Este es un centro diseñado para acomodar tres anclas en él, uno en cada uno de los extremos. Su estacionamiento se localiza en sus alrededores y los servicios funcionan en una forma similar a la del centro en forma de “cluster”. Puede ser un centro de tipo abierto o de tipo cerrado, con la posibilidad de tener más de un nivel de comercios y con el inconveniente de que una de las anclas no es visible desde alguna de las entradas principales.
- **TRIANGULAR:** Este cuenta con tres anclas al igual que el centro en forma de “T” a diferencia que las anclas son más visibles desde cualquier entrada principal. Esta forma aparenta un mal aprovechamiento del terreno, pero no es así y que no todos los terrenos tienen las características de un rectángulo. El estacionamiento se localiza en todos sus alrededores del centro y que puede contar con más de un nivel de comercios.
- **DUMBBELL:** Este es compuesto por franjas de tiendas situadas una frente a otra, con dos anclas localizadas una en cada extremo. Visto de otra manera, podrían ser dos centros en forma de “U” uno enfrente de otro. Estos centros se desarrollan de tal forma que las anclas hacen fluir el tráfico de peatones a lo largo de todo el centro, obligándolos a ver otro tipo de producto y con el objetivo de alcanzar un intercambio máximo de clientes. En este tipo de centros pueden haber más de un nivel de comercios y su estacionamiento se encuentra localizado en sus alrededores. Es un centro tipo “Mall” que puede ser abierto o cerrado.
- **DUMBBELL DOBLE:** Está formado por dos centros tipo Dumbbell, cruzando el uno con el otro, es decir uno de ellos corre longitudinalmente y otro latitudinalmente, formando así un Mall. Este diseño acomoda fácilmente cuatro establecimientos que actúen como anclas. Los estacionamientos se encuentran en los alrededores y los servicios funcionan por medio de túneles o bahías.

Capítulo 3. Análisis de Sitio.



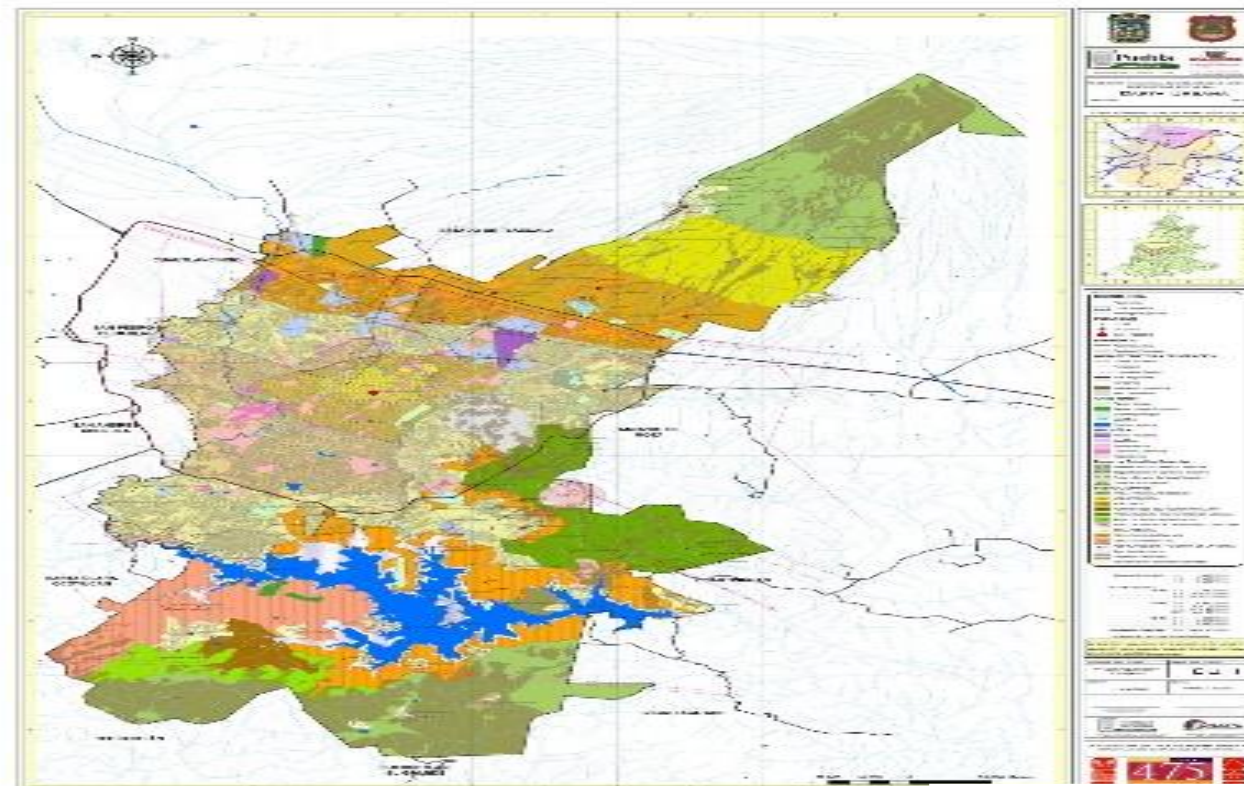
<https://www.google.com/earth>

3.1 Contexto Social.

Teniendo en cuenta el estudio social que realiza el INEGI respecto a la población, se pudo conocer que el cuadrante en donde desarrollaremos el proyecto es de clase media- alta. Esta clase se trata de un sector heterogéneo ubicado entre la clase baja y la clase alta. Por tanto, a los individuos pertenecientes a este entorno social tienen un poder adquisitivo intermedio. Por lo general este sector es considerado como la mayor representante de la población en los países desarrollados, aunque es una realidad también que los límites de esta clase son poco fuertes, ya que puede abarcar desde profesionales y administradores de importante nivel hasta empleados del área de servicios. Entonces, como consecuencia de esta falta de unión interna es que muchas veces se la suele subdividir en clase media alta y clase media baja.

Respecto al lugar físico del habitacional son casas o departamentos propios o alquilados con algunas comodidades.

Haciendo una minuciosa investigación respecto al uso de suelo, al analizar la carta urbana del municipio de Puebla, se pudo constatar que el terreno es apto para poder edificar nuestro proyecto de centro comercial. El uso de suelo es mixto, es decir, que este sirve para edificar vivienda o comercio.



<https://www.google.com/comercio>

Nuestro radio de acción alrededor de nuestro terreno benefician a:

- Jardines de San Manuel.
- Ciudad Universitaria.
- Infonavit Xilotzingo.
- La Hacienda.
- Fraccionamiento Camino Real.
- Tres Cruces.
- Unidad Habitacional La Margarita.
- La Calera.
- Fraccionamiento Lomas del Marmol.
- Lomas de San Alfonso.
- Paseos del Bosque.
- Fraccionamiento Heritage II.
- Lomas de San Miguel.

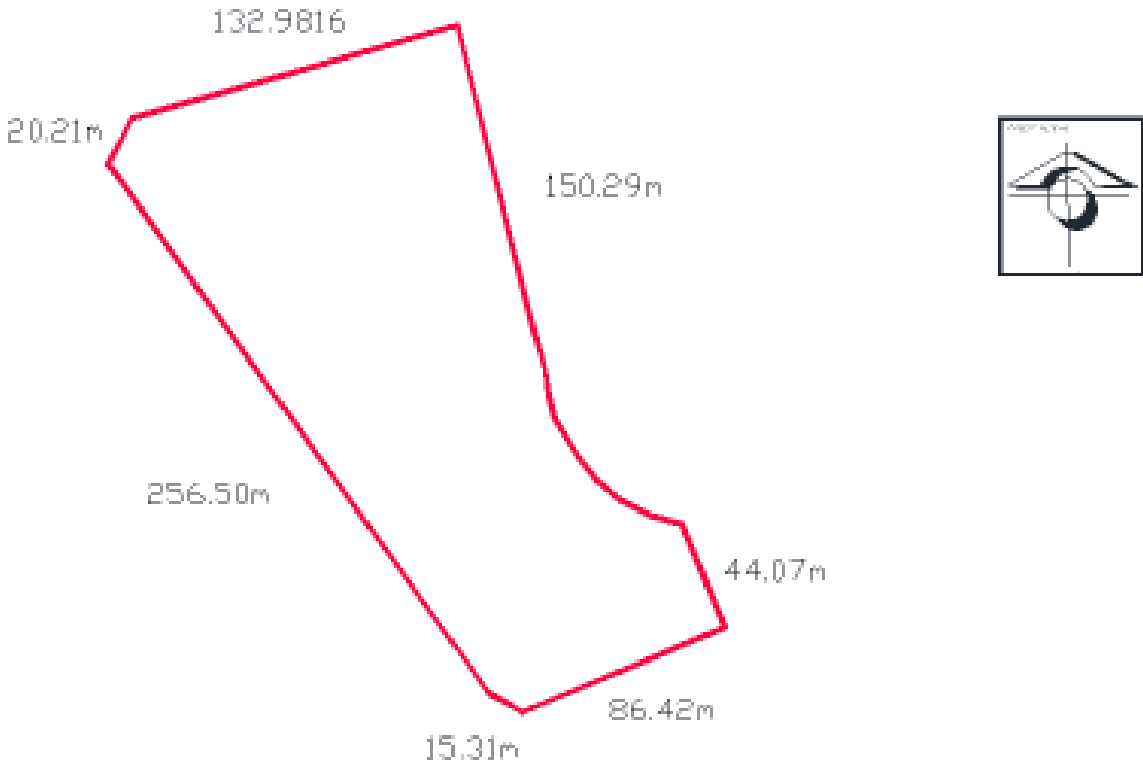


Y esto hace que nuestro proyecto sea un Centro Comunal, beneficiando entre 120,000 y 150,000 usuarios.

3.2 Contexto Fisico.

Nuestro terreno esta ubicado en Boulevard Municipio Libre, esquina con Avenida Nezahualcoyotl. Cuenta con un área total de 28,981 m2. El terreno cuenta con un desnivel de 5m con respecto del Boulevard Municipio Libre

DIMENSIONES DEL TERRENO.



<https://www.google.com/earth>

3.2 Contexto Fisico.

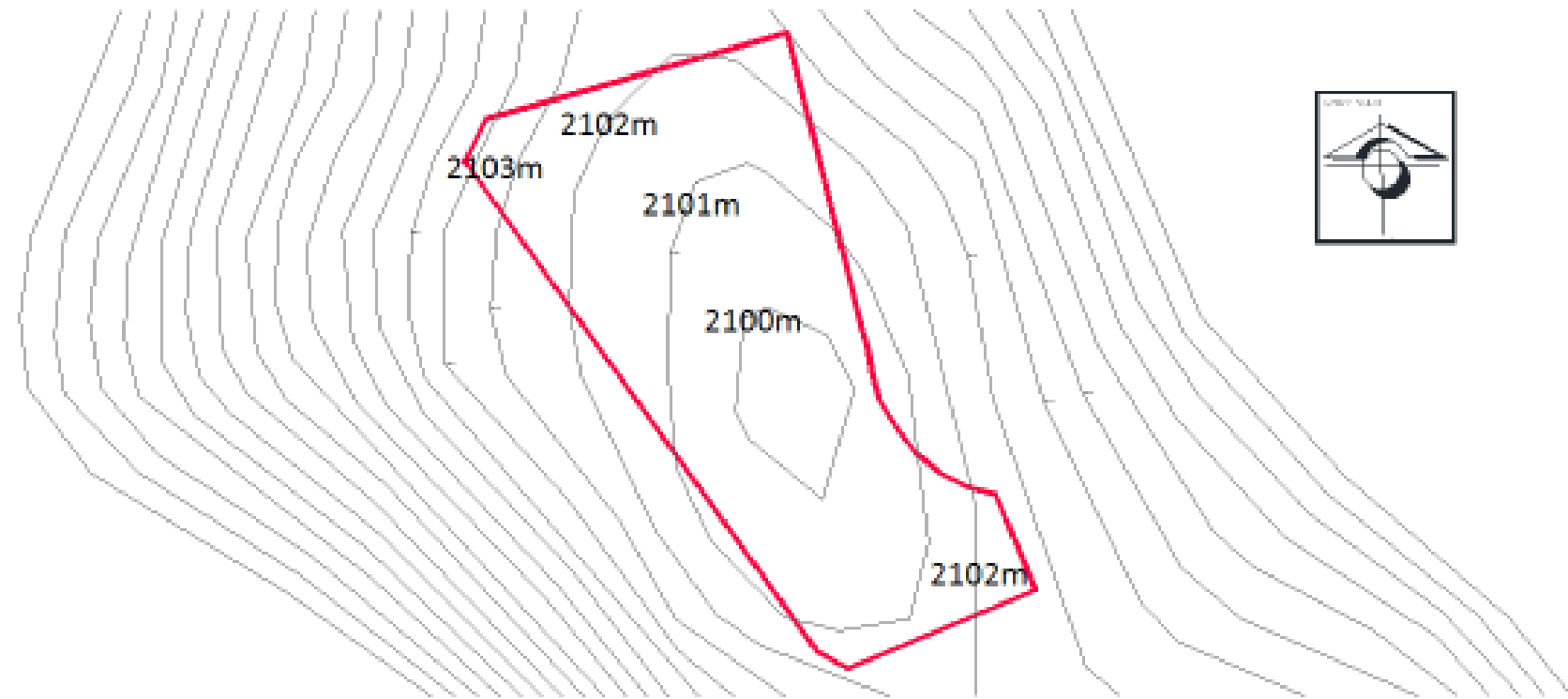
AREA DEL TERRENO.



<https://www.google.com/earth>

3.2 Contexto Fisico.

TOPOGRAFÍA DEL TERRENO.



<https://www.google.com/earth>

3.2 Contexto Fisico.

MEDIO FISICO NATURAL DEL TERRENO



<https://www.google.com/earth>

3.3 Contexto Urbano.

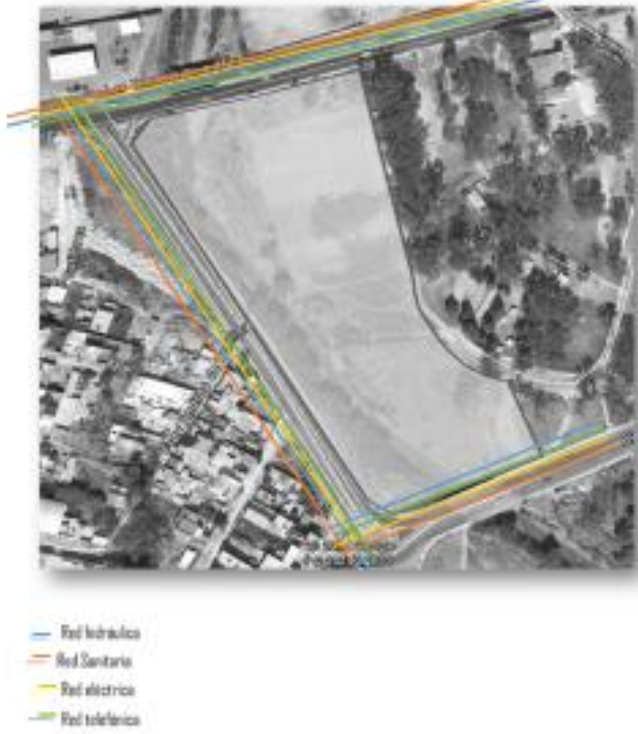
VIALIDADES DEL TERRENO



<https://www.google.com/earth>

3.3 Contexto Urbano.

INFRAESTRUCTURA DEL TERRENO



- ▲ Red hidráulica
- ▲ Red sanitaria
- ▲ Red eléctrica
- ▲ Red telefónica

<https://www.google.com/earth>

3.3 Contexto Urbano.

MOBILIARIO URBANO DEL TERRENO



▲ Señalética

▲ Luminarias

▲ Semáforos



FOTOGRAFIA POR J. BALBUENA

3.4 Vistas del Sitio.

VISTA LATERAL DEL TERRENO SOBRE AVENIDA
NEZAHUALCOYOLT



FOTOGRAFIA POR J. BALBUENA



FOTOGRAFIA POR J. BALBUENA

VISTA LATERAL DEL TERRENO SOBRE AVENIDA
NEZAHUALCOYOLT

3.4 Vistas del Sitio.

VISTA LATERAL DEL TERRENO SOBRE AVENIDA
NEZAHUALCOYOLT



FOTOGRAFIA POR J. BALBUENA



VISTA LATERAL DEL TERRENO SOBRE AVENIDA
NEZAHUALCOYOLT

FOTOGRAFIA POR J. BALBUENA

3.4 Vistas del Sitio.

EQUIPAMIENTO URBANO DE LA ZONA.



FOTOGRAFIA POR J. BALBUENA



FOTOGRAFIA POR J. BALBUENA

VISTA LATERAL SOBRE MUNICIPIO LIBRE.

Capítulo 4. Proyectos Análogos.



<https://www.google.com/comercio>



<https://www.google.com/comercio>



<https://www.google.com/comercio>

4.1 Analogía Internacional.

MEYDAN UMRANIYE RETAIL COMPLEX & MULTIPLEX

Estambul, Turquía.

Superficie 55,000 m²

Buena circulación e integración con el contexto urbano.



<https://www.google.com/comercio>

4.1 Analogía Internacional.

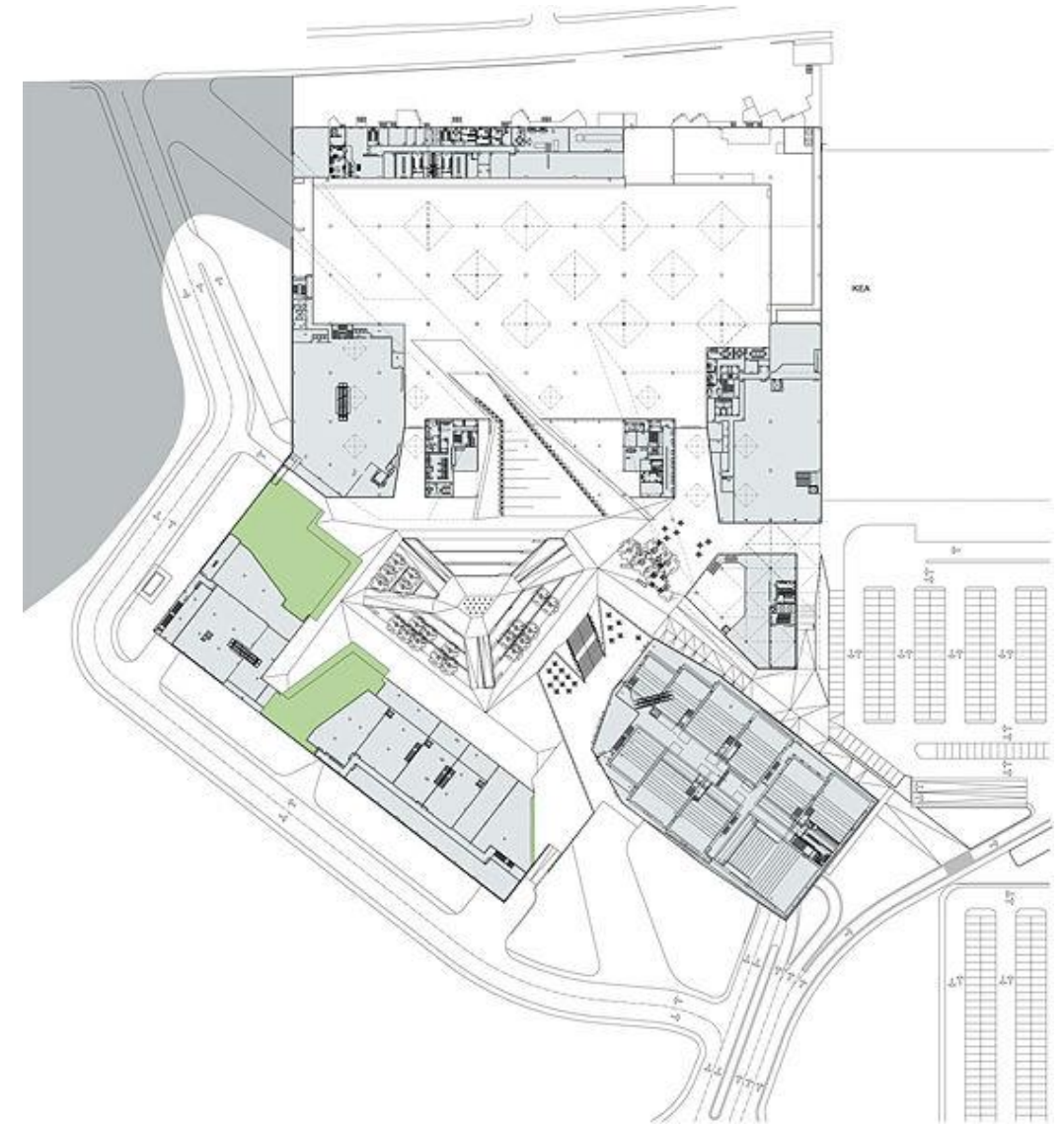
MEYDAN UMRANIYE RETAIL COMPLEX & MULTIPLEX
Planta de conjunto del Centro Comercial.



<https://www.google.com/comercio>

4.1 Analogía Internacional.

MEYDAN UMRANIYE RETAIL COMPLEX & MULTIPLEX
Planta Baja Centro Comercial.



<https://www.google.com/comercio>

4.1 Analogía Internacional.

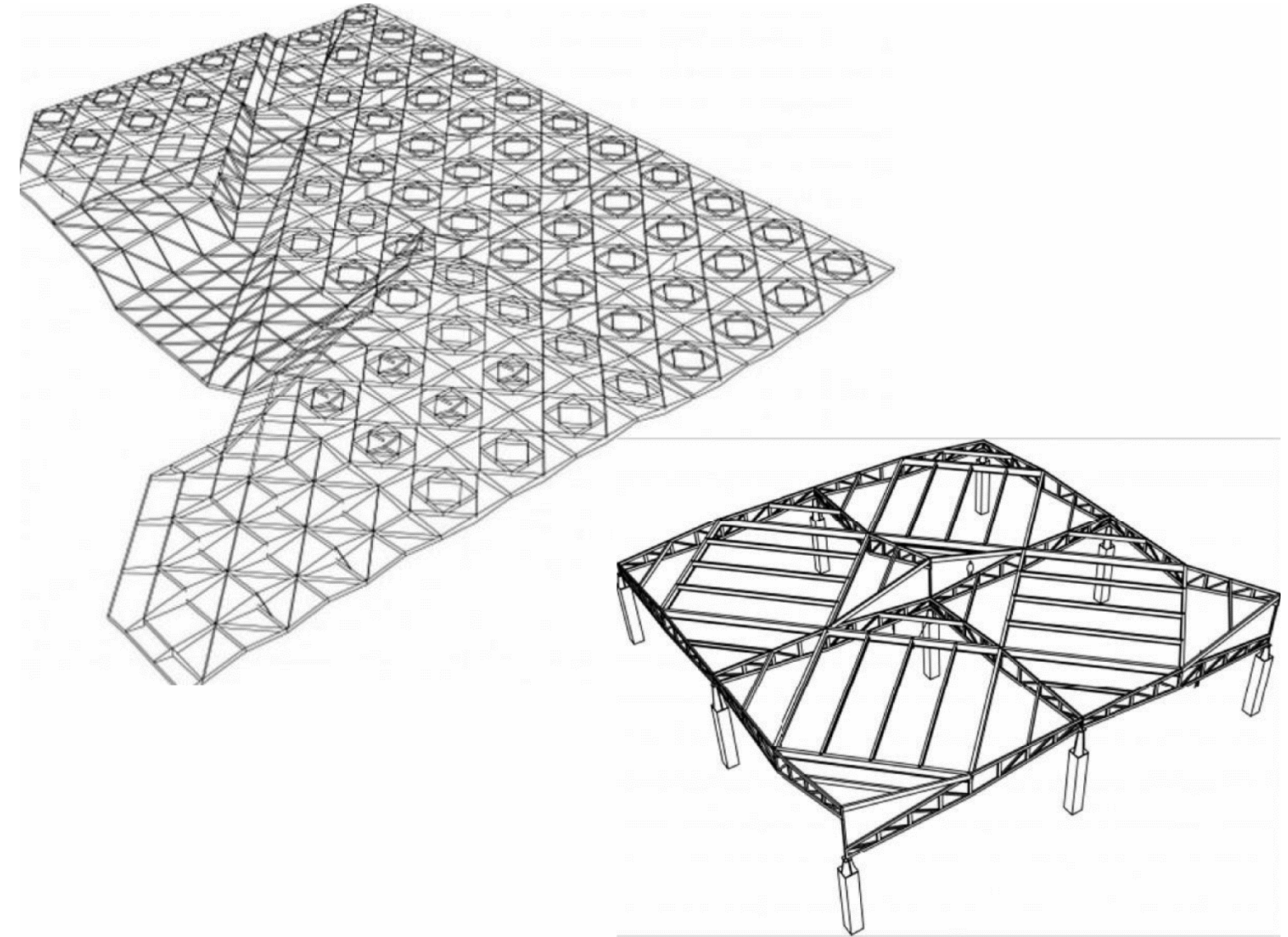
MEYDAN UMRANIYE RETAIL COMPLEX & MULTIPLEX
Vista panoramica del Centro Comercial.



<https://www.google.com/comercio>

4.1 Analogía Internacional.

MEYDAN UMRANIYE RETAIL COMPLEX & MULTIPLEX
Sistema estructural en cubierta y estructura general del Centro
Comercial.



<https://www.google.com/comercio>

4.1 Analogía Internacional.

MEYDAN UMRANIYE RETAIL COMPLEX & MULTIPLEX
Circulaciones exteriores del Centro Comercial.



<https://www.google.com/comercio>

4.1 Analogía Internacional.

MEYDAN UMRANIYE RETAIL COMPLEX & MULTIPLEX
Integración de espacios verdes sustentables a la edificación



<https://www.google.com/comercio>

4.1 Analogía Internacional.

MEYDAN UMRANIYE RETAIL COMPLEX & MULTIPLEX
Vistas interiores del Centro Comercial integrando elementos contemporáneos a la edificación.



<https://www.google.com/comercio>

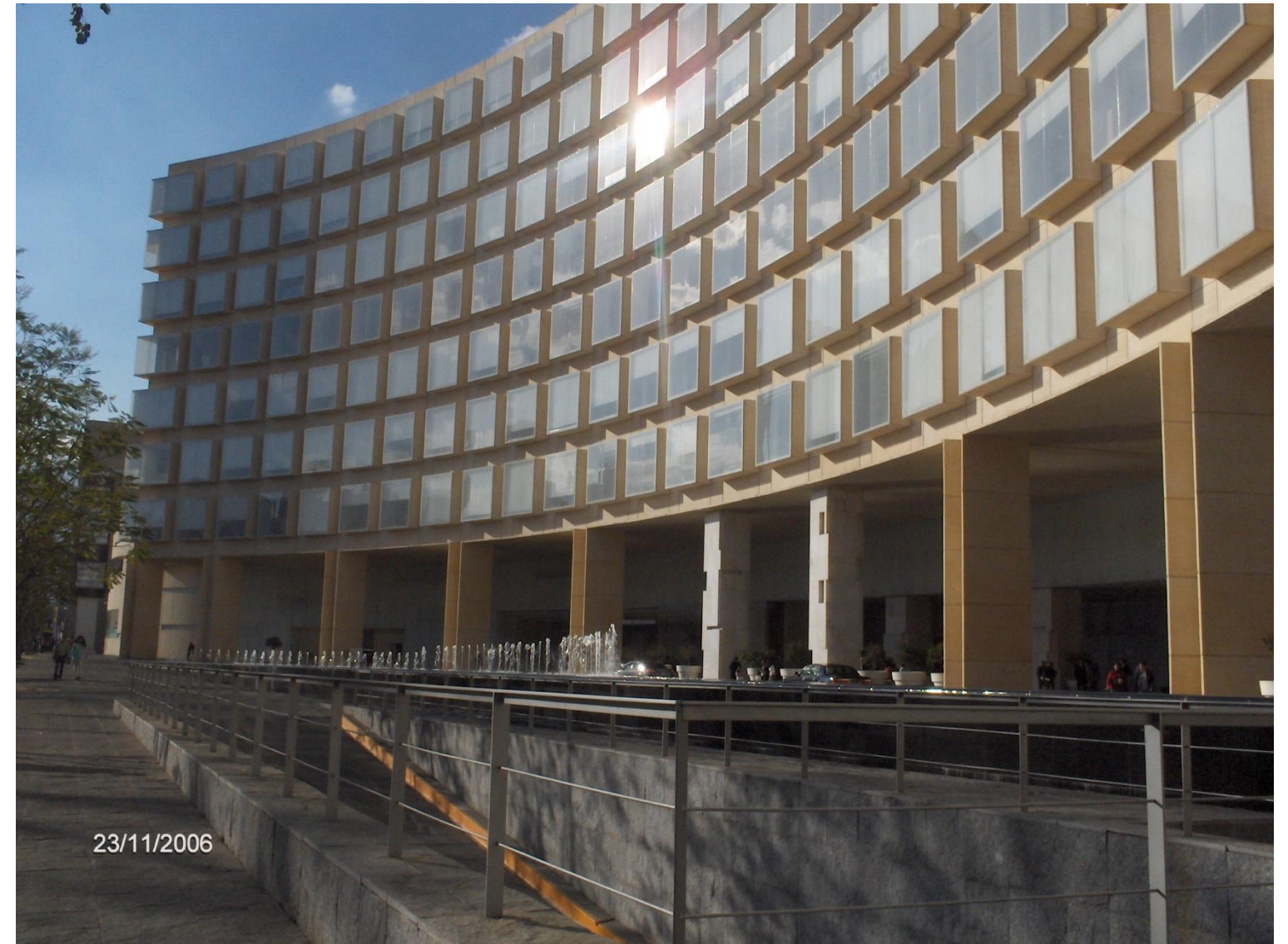
4.2 Analogía Nacional.

CENTRO COMERCIAL ANTARA.

CDMX, México.

Superficie 28,000 M2

Este diseño toma como pauta principal la forma de la calle a partir de
parametros paralelos creando una forma curva.



<https://www.google.com/comercio>

4.2 Analogía Nacional.

CENTRO COMERCIAL ANTARA.

Este proyecto integra una circulación peatonal al aire libre.



<https://www.google.com/comercio>

4.2 Analogía Nacional.

CENTRO COMERCIAL ANTARA.

El edificio integra elementos contemporaneos a su diseño.



<https://www.google.com/comercio>

4.2 Analogía Nacional.

CENTRO COMERCIAL ANTARA.
Integra areas verdes a la edificación.



<https://www.google.com/comercio>

4.2 Analogía Nacional.

CENTRO COMERCIAL GARDEN SANTA FE.
CDMX, México.

Superficie 65,000 m²

Centro Comercial sustentable a 35 m de profundidad .



<https://www.google.com/comercio>

4.2 Analogía Nacional.

CENTRO COMERCIAL GARDEN SANTA FE.
Integra elementos curvos en fachadas.



<https://www.google.com/comercio>

4.2 Analogía Nacional.

CENTRO COMERCIAL GARDEN SANTA FE.
Integra contemporaneos a la edificación.



<https://www.google.com/comercio>

4.2 Analogía Nacional.

CENTRO COMERCIAL GARDEN SANTA FE.
Integración de áreas verdes al Centro Comercial.



<https://www.google.com/comercio>

4.2 Analogía Nacional.

CENTRO COMERCIAL GARDEN SANTA FE.

Tiene 8,000 m2 en áreas de recreación como áreas verdes, espejos de agua, etc.



<https://www.google.com/comercio>

4.2 Analogía Nacional.

CENTRO COMERCIAL GARDEN SANTA FE.
Circulaciones interiores.

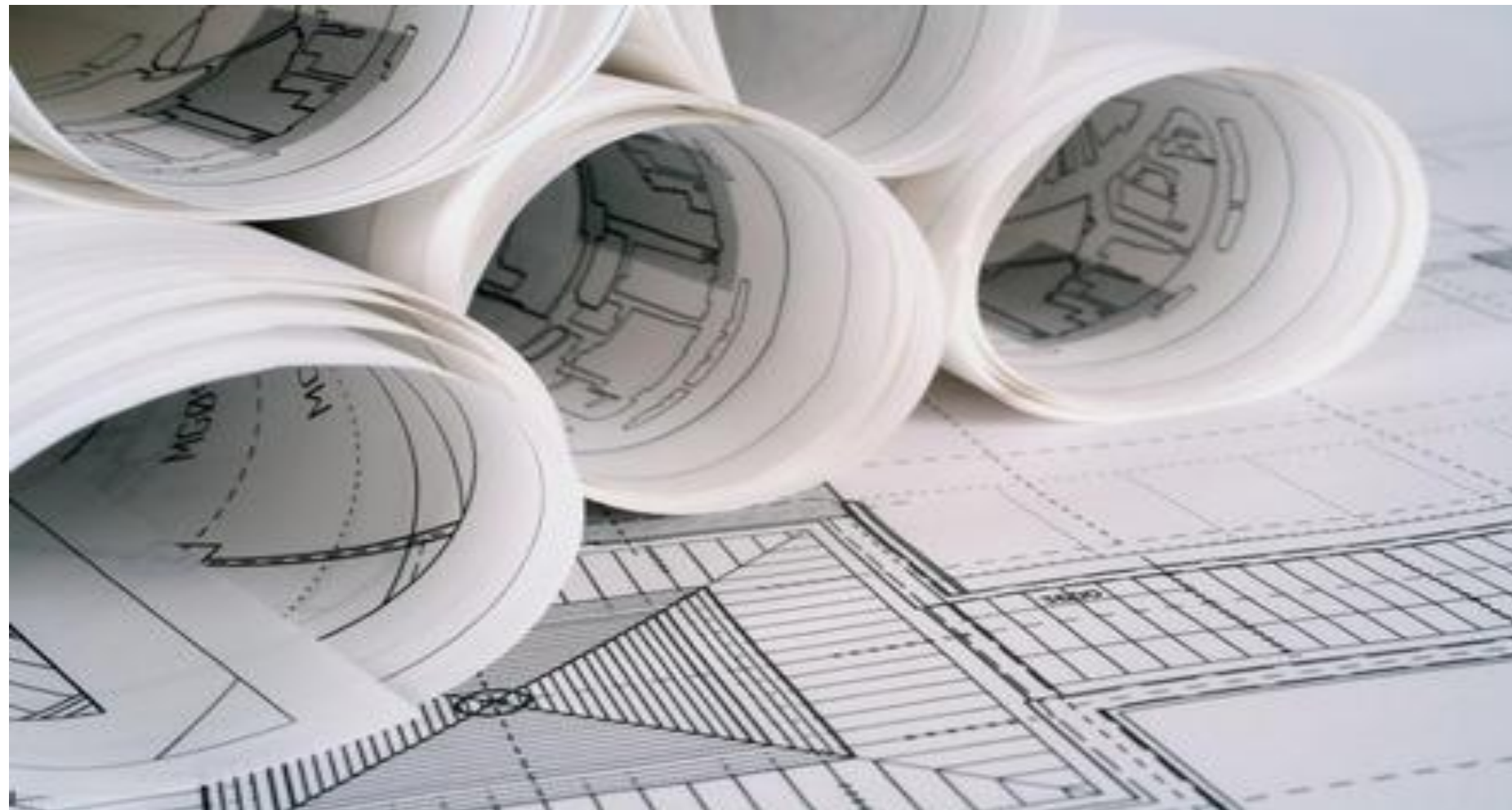


<https://www.google.com/comercio>

4.3 Aplicaciones al Proyecto.

	Aplicaciones a nuestro proyecto:
Meydan Istanbul Shopping Center.	<ul style="list-style-type: none"> • Área de construcción. • Conceptualización. • Interacción con el contexto urbano. • Estacionamiento subterráneo. • Sistema estructural. • Áreas libres. • Celdas fotovoltaicas. • Sistema de captación de aguas pluviales. • Planta tratadora de aguas.
Centro Comercial Antara.	<ul style="list-style-type: none"> • Área de construcción. • Circulación centrificada. • Sistema estructural. • Estacionamiento subterráneo. • Cristalería en fachadas.
Garden Plaza Santa Fe.	<ul style="list-style-type: none"> • Áreas verdes. • Celdas fotovoltaicas. • Sistema de captación de aguas pluviales. • Planta tratadora de aguas.

Capítulo 5. Anteproyecto.



<https://www.google.com/comercio>

5.1 Programa Arquitectónico.

ZONA	AMBIENTE	ACTIVIDAD	MOBILIARIO	USUARIOS	CANT. PERS	Área PARCIAL	Área total
Z	ZONA 1						206.00
O	OFICINA DE GERENCIA	brindar estabilidad, dirección a la empresa.	escritorio(1), sillas(3), stand(1), sofa(1), mesita a)	gerente, visitantes	3	20.00	
N	CONTABILIDAD	gestionar los desembolsos necesarios.	escritorio(1), sillas(3), stand(2)	contador, asistente, visitantes	3	40.00	
A	MARKETING	manejo de estrategias publicitarias dentro del small.	escritorio(1), sillas(3), stand(2)	licenciado en comunicaciones, visitantes, cajero	3	20.00	
D	SECRETARIA	atender al público, depeccionar archivos.	mesada de trabajo(1), sillas(1), archiveros(1)	secretaria, visitantes	6	25.00	
M	SALADE JUNTAS	reunirse, proyectar, dialogar y archivar	mesa (1), sillas (10)	trabajadores de la zona administrativa (ejecutivos)	8	50.00	
I	ESTAR ESPERA	espera para atención al público	sofas (3)	visitantes	4	25.00	
N	TOPICO	auxiliar a los usuarios o empleados	Camilla, mesa, silla, y vitrina	empleados y público general	3	15.00	
S	CUARTO DE LIMPIEZA	guardar utensilios de limpieza	repisas de madera, depositos	conserje	1	5.00	
T	SS.HH DE PERSONAL HOMBRE	satisface las necesidades de servicios higienicos en dicha zona	inodoro (1), lavatorio (1), papelera (1), secadora (1)	empleados	2	1.50	
R	SS.HH DE PERSONAL MUJERES	satisface las necesidades de servicios higienicos en dicha zona	inodoro (1), lavatorio (1), papelera (1), urinario (1), secadora (1)	empleados	2	1.50	
A	CUARTO DE CUSTODIA Y MONITOREO	custodiar y resguardar la seguridad del centra comercial	mesa de trabajo (1), sillas (3), computadoras (3)	monitores, custodio	3	3.00	

5.1 Programa Arquitectónico.

ZONA	AMBIENTE	ACTIVIDAD	MOBILIARIO	USUARIOS	CANT. PERS	AREA PARCIAL	AREA TOTAL
Z O N A C O M E R C I A L	ZONA 2						5161.00
	2 TIENDAS ANCLAS						2490.00
	SALA DE EXHIBICION Y VENTAS	compra de articulos en venta, exhibicion de productos	vitricas, pesadas, stantes	Vendedores, visitantes	800	2400.00	
	CAJAS	pagos de compras	mesadas de trabajo, sillas	vendedor, visitante	2	30.00	
	SS.HH DE MUJERES	satisfase las necesidades de servicios higienicos en dicha zona	inodoros (4),lavatorios (4), secadora (1), papeleras (4), jaboneras (4)	Visitantes	6	30.00	
	SS.HH DE HOMBRES	satisfase las necesidades de servicios higienicos en dicha zona	inodoros (4),lavatorios (4), urinarios (4), secadora (1), papeleras (4), jaboneras (4)	Visitantes	6	30.00	
	2 AREA ADMINISTRATE						240.00
	ADMINISTRACION + SS.HH	Realiza funciones de gestion, aplicar disposiciones necesarias para cumplimiento de normas	Escritorio(1), sillas(3), stand(2)	administrador, visitantes, trabajadores	3	20.00	
	SECRETARIA + ARCHIVO	Atender al publico, decepcionar archivos.	Mesada de trabajo(1), sillas(1), archiveros(1)	Secretaria, visitantes	3	15.00	
	OFICINADE CONTABILIDAD	Gestionar los desembolsos necesarios.	Escritorio(1), sillas(3), stand(2)	Contador, asistente, visitantes	3	20.00	
	OFICINADEJEFE DE VENTAS	identifica y diagnostica las ventas realizadas	Escritorio(1), sillas(3), stand(2)	jefe de ventas, visitante	3	20.00	
	OFICINADE PERSONAL	Control del personal, mantener las areas de servicio, manejo de planillas, supervicion de labores	mesa de trabajo (1), sillas (3), archivero (1)	Jefe del personal, visitantes	2	20.00	
SALA DE REUNIONES	Reunirse, proyectar, dialogar y archivar	Mesa (1), sillas (6)	Trabajadores (ejecutivos)	6	25.00		

5.1 Programa Arquitectónico.

ZONA	AMBIENTE	ACTIVIDAD	MOBILIARIO	USUARIOS	CANT. PERS	AREA PARCIAL	AREA TOTAL
Z O N A C O M E R C I A L	Área de servicio						520.00
	DEPOSITO SECO	Guardar utensilios y productos no perecibles	depositos, stands, mesa de trabajo	trabajadores	1	200.00	
	DEPOSITO FRIO	Guardar utensilios y productos no perecibles	depositos, stands, mesa de trabajo, frigorificos	trabajadores	1	100.00	
	AREA DE PREPARACION	tratamiento y control de calidad a los productos	mesas de trabajo	trabajadores	4	40.00	
	VESTIDORES + SS.HH HOMBRES	satisfase las necesidades de servicios higienicos de los trabajadores, cambiarse	inodoros (4),lavatorios (4), secadora (1), papeleras (4), jaboneras (4)	trabajadores	3	30.00	
	VESTIDORES + SS.HH MUJERES	satisfase las necesidades de servicios higienicos de los trabajadores, cambiarse	inodoros (4),lavatorios (4), urinarios (4), secadora (1), papeleras (4), jaboneras (4)	trabajadores	3	30.00	
	AREADE DESCARGA	descarga de productos traídos del exterior	carretillas	trabajadores	3	60.00	
	CONTROL DEMERCADERIA	control y supervision de productos	depositos, repisas, mesa de trabajo (1), sillas (1)	trabajadores	2	4.00	
	CUARTO DE LIMPIEZA Y MANTENIMIENTO	Guardar utensilios de limpieza	repisas de madera, depositos	Conserje	2	10.00	
	CUARTO DE BASURA	ambiente de elementos de eliminacion	depositos	Conserje	1	6.00	
	CUARTO DE MAQUINAS Y TABLEROS	control de maquinas que abastece a la tienda comercial	Maquinas Tableros	Trabajador	1	25.00	
CUARTO DECONTROL TV	Custodiar y resguardar la seguridad de la tienda	mesa de trabajo (1), sillas (2), computadoras (2)	Monitores, custodio	2	15.00		

5.1 Programa Arquitectónico.

ZONA	AMBIENTE	ACTIVIDAD	MOBILIARIO	USUARIOS	CANT. PERS	AREA PARCIAL	AREA TOTAL
Z O N A C O M E R C I A L	RESTAURANTE						277.00
	CAJA	atencion y pago	barra, asiento	clientes	1	2.00	
	BARRA	atencion a los clientes	mesa de trabajo	Visitantes	2	12.00	
	AREA DE MESAS	atencion a los clientes	30 mesas, sillas, tv	comensales	120	180.00	
	COCINA	accion de cocinado, preparado	mesada de trabajo(1), sillas(3), reposteros, utensilios de cocina	trabajadores	6	54.00	
	DESPENSA	guardar productos comestibles de la cocina	repisas de madera, depositos	trabajadores		10.00	
	SS.HH PERSONAL HOMBRES	satisface las necesidades de servicios higienicos en dicha zona	Inodoro (1), Lavatorio (1), papelera (1), secadora (1)	Visitantes	6	5.00	
	SS.HH PERSONAL MUJERES	satisfase las necesidades de servicios higienicos en dicha zona	Inodoro (1), Lavatorio (1), papelera (1), urinario (1), secadora (1)	Visitantes	6	5.00	
	AREA ADMINISTRATE	Realiza funciones de gestion y supervision de labores, tareas administrativas	Escritorio(1), sillas(3), stand(2)	administrador, visitantes, trabajadores	3	9.00	
	GALERIAS COMERIALES						1634.00
	5 TIENDAS-ZAPATOS 60 M2 C/U	venta y exhibicion de calzado	vitricas de exhibicion, repisas, asientos	empleados, visitantes	200.00	300.00	
	10TIENDAS-ROPA60 M2 C/U	venta y exhibicion de ropa	vitricas de exhibicion, repisas, asientos	empleados, visitantes	400.00	600.00	
	10 TIENDAS-GENERALES 60 M2 C/U	venta, exhibiciony alquiler de productos	vitricas de exhibicion, repisas, asientos	empleados, visitantes	400.00	600.00	
	6 CAS ETAS DE VENTAS / 9 M2	ventas de productos de paso	barras de atencion, silla	visitantes	10.00	54.00	
SERVICIOS HIGIENICOS + DISCAPACITADOS HOMBRES	satisface las necesidades de servicios higienicos en dicha zona	Inodoro (3), Lavatorio (3), papelera (3), secadora (1)	Visitantes	8.00	40.00		
SERVICIOS HIGIENICOS + DISCAPACITADOS MUJERES	satisface las necesidades de servicios higienicos en dicha zona	Inodoro (3), Lavatorio (3), papelera (3), urinario (3), secadora (1)	Visitantes	8.00	40.00		

5.1 Programa Arquitectónico.

ZONA	AMBIENTE	ACTIVIDAD	MOBILIARIO	USUARIOS	CANT. PERS	AREA PARCIAL	AREA TOTAL
Z	ZONA 3						308.00
O							308.00
N	AGENCIAS BANCARIAS						
A	03A.BDE80 M2 C/U + SS.HH	transacciones de dinero	Cajeros automaticos, barra de atencion, mobiliario y equipos de banco	familiares, personal del centro comercial publico en general	30	240.00	
A	GERENCIA	direction y ejecucion de eventos bancarios	Escritorio(1), sillas(3), stand(2)	gerente	3	15.00	
G	SECRETARIA	Tareas de oficina, actividades logisticas	Escritorio(1), sillas(1), archiveros(2)	Personal de la administration	3.	12.00	
E	4 VENTANILLA2 M2 C/U	Cajeros, depositos, gestiones bancarias	barras de atencion, silla	familiares, personal del centro comercial, publico en general	8	8.00	
N	BOVEDAYANTE BOVEDA	seguridad de dinero	cajas de seguridad, camaras de video	personal bancario	1	15.00	
C	SS.HH PARA OFICINAS HOMBRES	satisfase las necesidades de servicios higienicos en dicha zona	inodoro (1), lavatorio (1), urinario (1), papelera, secadora(1)	personal bancario	1	3.00	
I	SS.HH PARA OFICINAS MUJERES	satisfase las necesidades de servicios higienicos en dicha zona	inodoro (1), lavatorio (1), papelera, secadora(1)	personal bancario	1	3.00	
A	3 CAJEROS AUTOMATICOS 4MC/U	retiro de dinero	cajeros automaticos	publico en general	3	12.00	
S							
B							
A							
N							
C							
O							

5.1 Programa Arquitectónico.

ZONA	AMBIENTE	ACTIVIDAD	MOBILIARIO	USUARIOS	CANT. PERS	AREA PARCIAL	AREA TOTAL
Z	ZONA 4						3938.00
O	CINE						2665.00
N	FOYER	acceder, llegar, irse	senalizacion	visitantes, familia, niños	General	200.00	
A	6 SALAS DE CINE	ver peliculas	butacas, pantalla gigante, serialization	visitantes, familia, niños	311	1125.00	
D	3 SALAS DE 135 PERSONAS C/U 175 M2	ver peliculas	butacas, pantalla gigante, senalizacion	visitantes, familia, niños	135	525.00	
E	3 SALAS DE 176 PERSONAS C/U 200 M2	ver peliculas	butacas, pantalla gigante, senalizacion	visitantes, familia, niños	176	600	
E	CABINAS 6 DE 6 M2 C/U	proyectar peliculas	masada de trabajo, sillas	trabajadores	12	36.00	
N	CONFITERIA	venta de golosinas para ver peliculas	barra de atencion (1), confiteras	trabajadores, clientes	20	40.00	
T	BOLETERIA	venta de entradas	barra de atencion (1), silla (3)	trabajadores, clientes	1	6.00	
E	ADMINISTRACION	Realiza funciones de gestion y supervison de labores, tareas administrativas	Escritorio(1), sillas(3), stand(2)	administrador, visitantes, trabajos	3	9.00	
N	ESPERA+ SECRETARIA	Tareas de oficina, espera de clientes	Escritorio(1), sillas(1), stand(2)	secretaria y visitante	5	12.00	
I	SS.HH HOMBRES	satisfase las necesidades de servicios higienicos en dicha zona	inodoro (1), lavatorio (1), urinario (1), papelera, secadora(1)	visitantes	4	24.00	
M	SS.HH MUJERES	satisface las necesidades de servicios higienicos en dicha zona	inodoro (1), lavatorio (1), papelera, secadora(1)	visitantes	4	24.00	
I	DEPOSITO	almacen de utencilios	depositos, repisas	personal encargado	1	40.00	
E	SALADEMAQUINAS.	control de maguinas gue abastece a la tienda comercial	maguinas	personal encargado	1	12.00	
N	CUARTO DE AIRE ACONDICIONADO	control del aire acondicionado	aire acondicionado	personal encargado	1	12.00	

5.1 Programa Arquitectónico.

ZONA	AMBIENTE	ACTIVIDAD	MOBILIARIO	USUARIOS	CANI. PERS	Area PARCIAL	Area total
Z O N A D E E N T R E T E N I M I E N T O	GIMNASIO						393.00
	SALADEMAQUINAS	ambiente para realizar ejercicios	maquina de ejercicios, espejos	usuarios	30	135.00	
	SALADEAEROBICOS	ambiente para realizar ejercicios	espejos, equipos de ejercicios	usuarios	30	135.00	
	SS.HH HOMBRES + VESTIDORES	satisface las necesidades de servicios higienicos mas vestidores en dicha zona	inodoro (3), lavatorio (3), urinario (3), papelera(3), secadora(l)	visitantes	6	40.00	
	SS.HH MUJERES + VESTIDORES	satisface las necesidades de servicios higienicos mas vestidores en dicha zona	inodoro (3), lavatorio (3), papelera(3), secadora(l)	visitantes	6	40.00	
	ADMINISTRACION	Realiza funciones de gestion y supervision de labores, tareas administrativas	Escritorio(l), sillas(3), stand(2)	administrador, visitantes, trabajos	3	20.00	
	CUARTO DE LIMPIEZA	Guardar utensilios de limpieza	repisas de madera, depositos	Conserje	1	6.00	
	ESTAR	area de reposo, transition	bancas	usuarios del gimnasio	1	15.00	
	DISCOTECA BAR						477.00
	PISTADE BAILE	ambiente de baile	luces, equipos de sonido	visitantes	100	100.00	
	BARRA	atencion a los clientes	barra de atencion (1), silla (i)	trabajadores, clientes	1	20.00	
	AREA DE MESAS/4.5M2	atencion a los clientes	mesas, 4 sillas	visitantes	100	112.50	
	SS.HH HOMBRES	satisfase las necesidades de servicios higienicos en dicha zona	inodoro (3), lavatorio (3), urinario (3), papelera(3), secadora(l)	visitantes	4	24.00	
	SS.HH MUJERES	satisface las necesidades de servicios higienicos en dicha zona	inodoro (3), lavatorio (3), papelera(3), secadora(l)	visitantes	4	24.00	
	CUARTO DE LIMPIEZA	Guardar utensilios de limpieza	repisas de madera, depositos	Conserje	1	9.00	
DEPOSITO	almacen de utensilios	depositos, repisas	personal encargado	1	15.00		

5.1 Programa Arquitectónico.

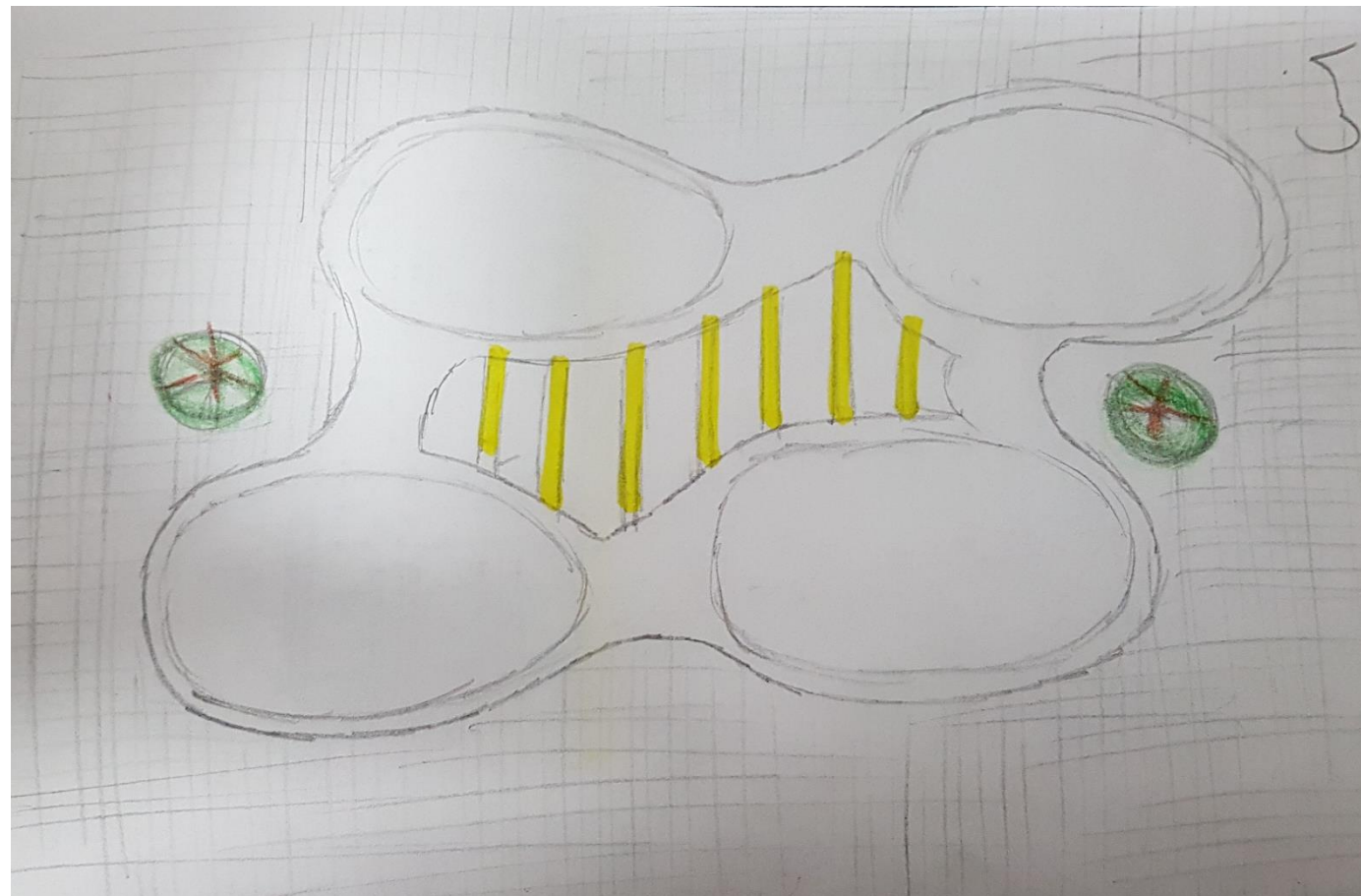
ZONA	AMBIENTE	ACTIVIDAD	MOBILIARIO	USUARIOS	CANT. PERS	AREA PARCIAL	AREA TOTAL
E N T R E T I N I M I E N T O	AREADE JUEGOS						403.00
	HALL	acceder, llegar, irse	senalizacion	visitantes, familia, niños	general	9.00	
	BARRA DE ATENCION	atencion al publico	barra de atencion (1), silla (3)	trabajadores, clientes	1	10.00	
	1 PISTA DE CARROS CHOCONES DE 100M2	jugar	5 Carritos (2 x c/u)	jugadores	10	100.00	
	AREADE JUEGOS	diversion para niños	juegos mecanicos, juegos simples	Ninos y jovenes	120	240.00	
	ADMINISTRACION	Realiza funciones de gestion y supervision de labores, tareas administrativas	Escritorio(1), sillas(3), stand(2)	administrador, /isitantes, trabajadores	3	20.00	
	CUARTO DE LIMPIEZA	Guardar utencilios de limpieza	repisas de madera, depositos	Conserje	1	9.00	
	ncDncim	almacen de utencilios	depositos, repisas	personal encargado	1	15.00	
A L I M E N T O S	ZONA 5						739.00
	10COMIDARAPIDA/20 M2	venta de comidas	Cocina, vitrinas, barra	empleados	40	200.00	
	PATIO DE COMIDAS/300 PERSONAS	Venta de comidas	75 mesas, 300 sillas	comensales	300	450.00	
	SS.HH HOMBRES	satisface las necesidades de servicios higienicos en dicha zona	inodoro (3), lavatorio (3), urinario (3), papelera(3), secadora(1)	visitantes	4	24.00	
	SS.HH MUJERES	satisface las necesidades de servicios higienicos en dicha zona	inodoro (3), lavatorio (3), papelera(3), secadora(1)	visitantes	4	24.00	
	SSHH. PARA PERSONAS CON DISCAPACIDAD	satisface las necesidades de servicios higienicos de discapacitados	inodoro lavatorio papelera	Personas con discapacidad	1	5.00	
	ESCENARIO	donde se ofrecera el espectaculo	podio	artistas	12	36.00	

5.1 Programa Arquitectónico.

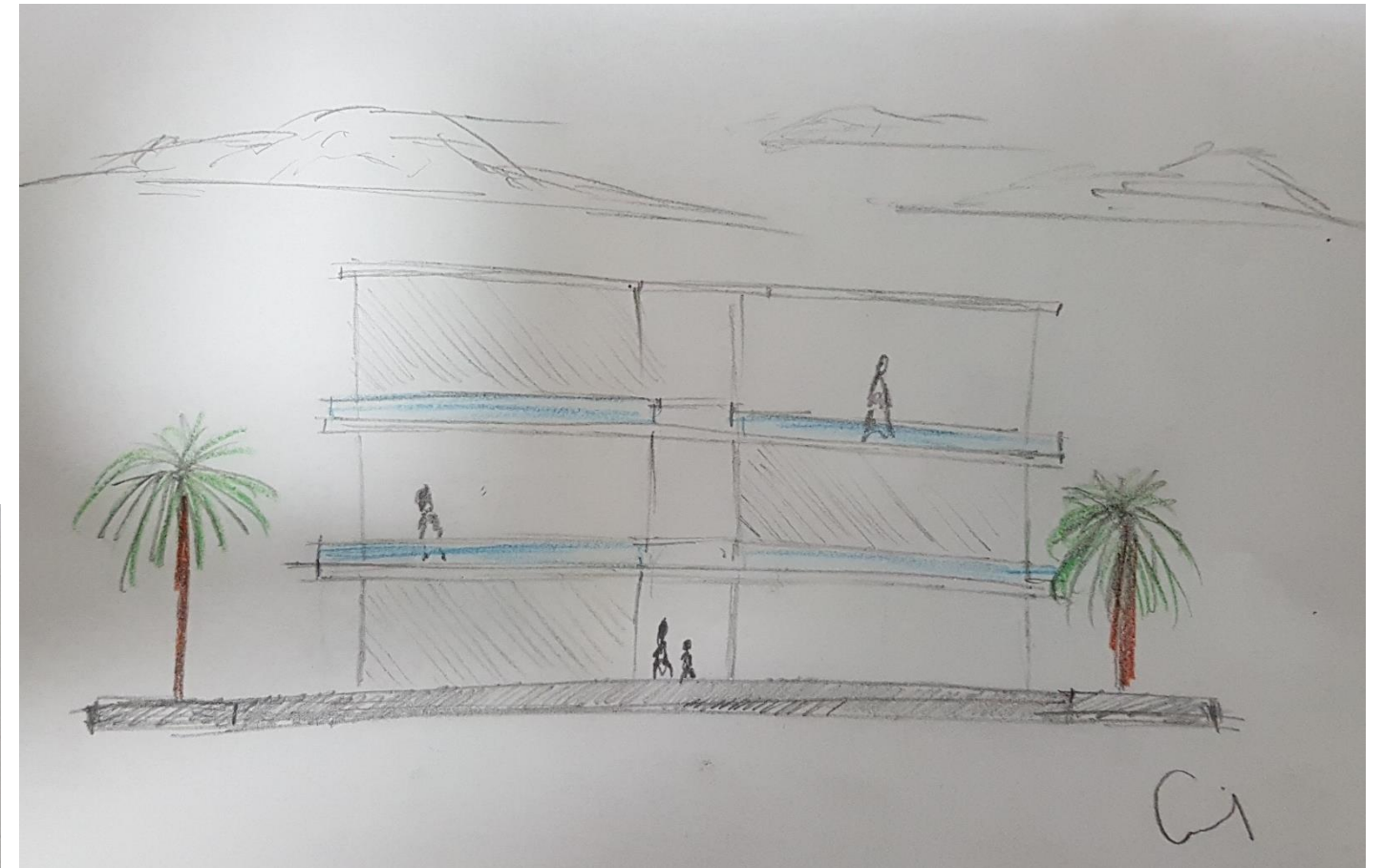
ZONA	AMBIENTE	ACTIVIDAD	MOBILIARIO	USUARIOS	CANT. PERS	AREA PARCIAL	AREA TOTAL
S E R V I C I O S	ZONA 7						150.00
	CAJAFUERZA	control de energia electrica	tableros	personal encargado	1	40.00	
	SALA DE MAQUINAS Y EQUIPOS	control de maquinas que abastece a la tienda comercial	maquinas	personal encargado	1	40.00	
	CUARTO DE BOMBEO Y CISTERNA	control de equipos	electrobombas	personal encargado	1	50.00	
	CUARTO DE LIMPIEZA	almacen de utensilios	depositos, repisas	personal encargado	1	20.00	
E S T A C I O N A M I E N T O	ZONA 8						2952.50
	ESTACIONAMIENTO 100 CARROS/12.5 M2 C/U	Estacionar vehiculos, descargar personas	vehiculos, serialization	visitantes	220	1250.00	
	PATIO DE MANIOBRAS	maniobras de llegadas de vehiculos	vehiculos, senalizacion	personal encargado	220	1000.00	
	ESTACIONAMIENTO 3 CAMIONES	maniobras de llegadas de vehiculos	vehiculos, senalizacion	personal encargado	3	300.00	
	ESTACIONAMIENTO DE 2 MONTACARGAS	maniobras de llegadas de vehiculos	vehiculos, senalizacion	personal encargado	2	200.00	
	CASETA DECONTROL	control	silla	trabajador	1	2.50	
AREA DE ABASTECIMIENTO	distribucion de llegada productos	senalizacion	trabajador	5	200.00		
AREA TOTAL CONSTRUIDA.							13454.50

5.2 Primeras Imágenes.

BOCETO FACHADA PRINCIPAL



FOTOGRAFIA POR J. BALBUENA



FOTOGRAFIA POR J. BALBUENA

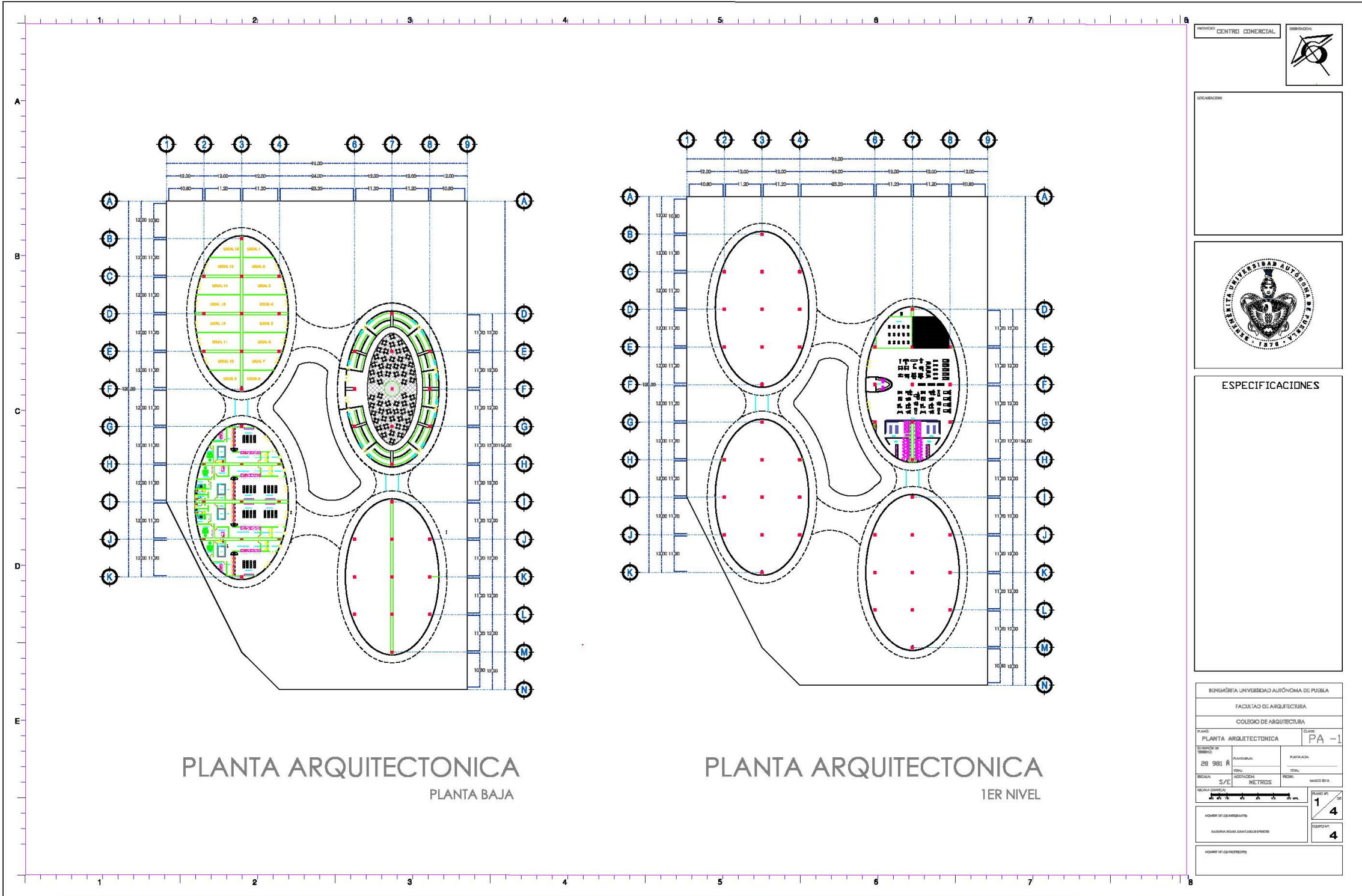
BOCETO PLANTA DE CONJUNTO

Capítulo 6. Proyecto Ejecutivo.

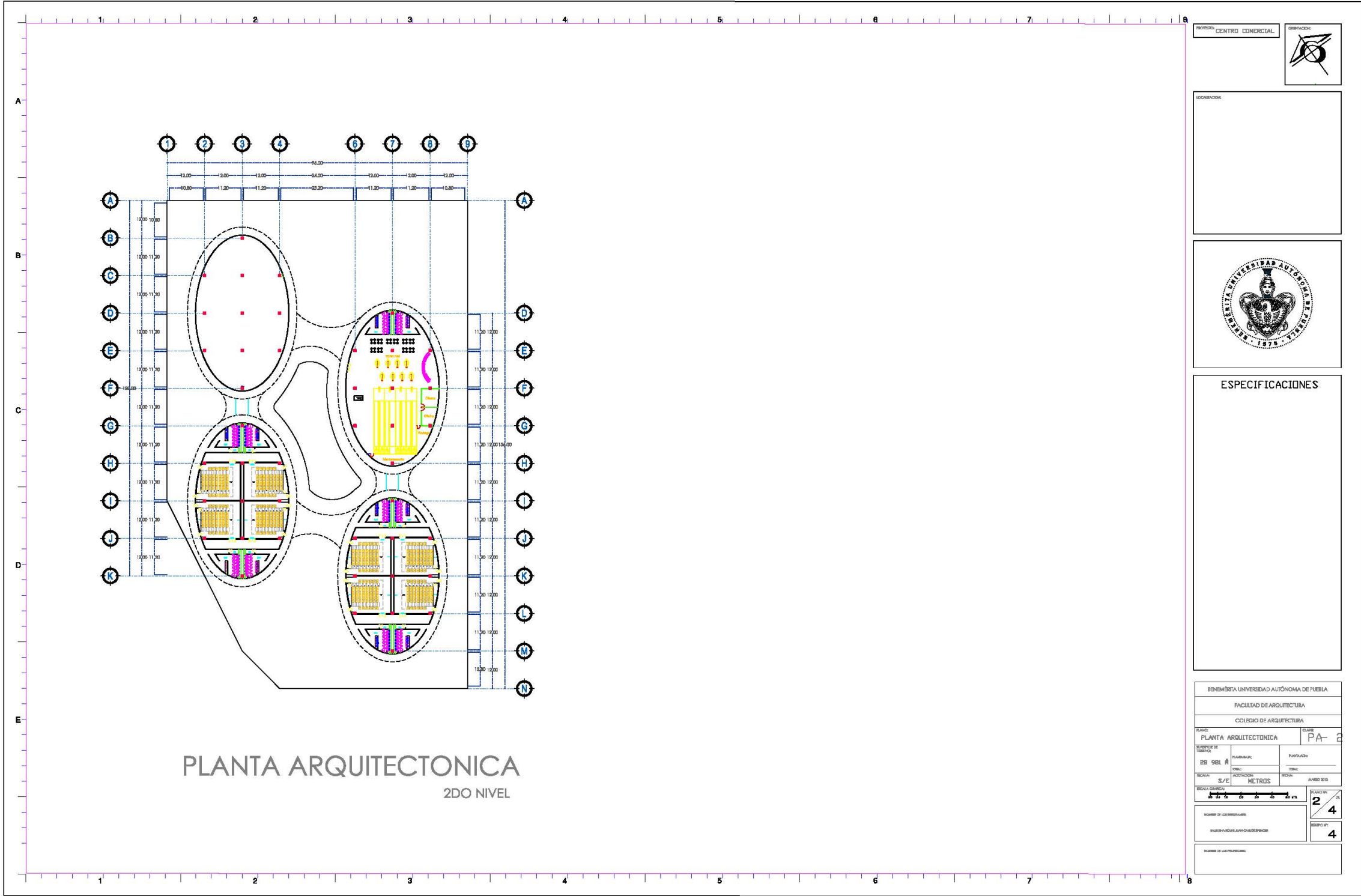


<https://www.google.com/comercio>

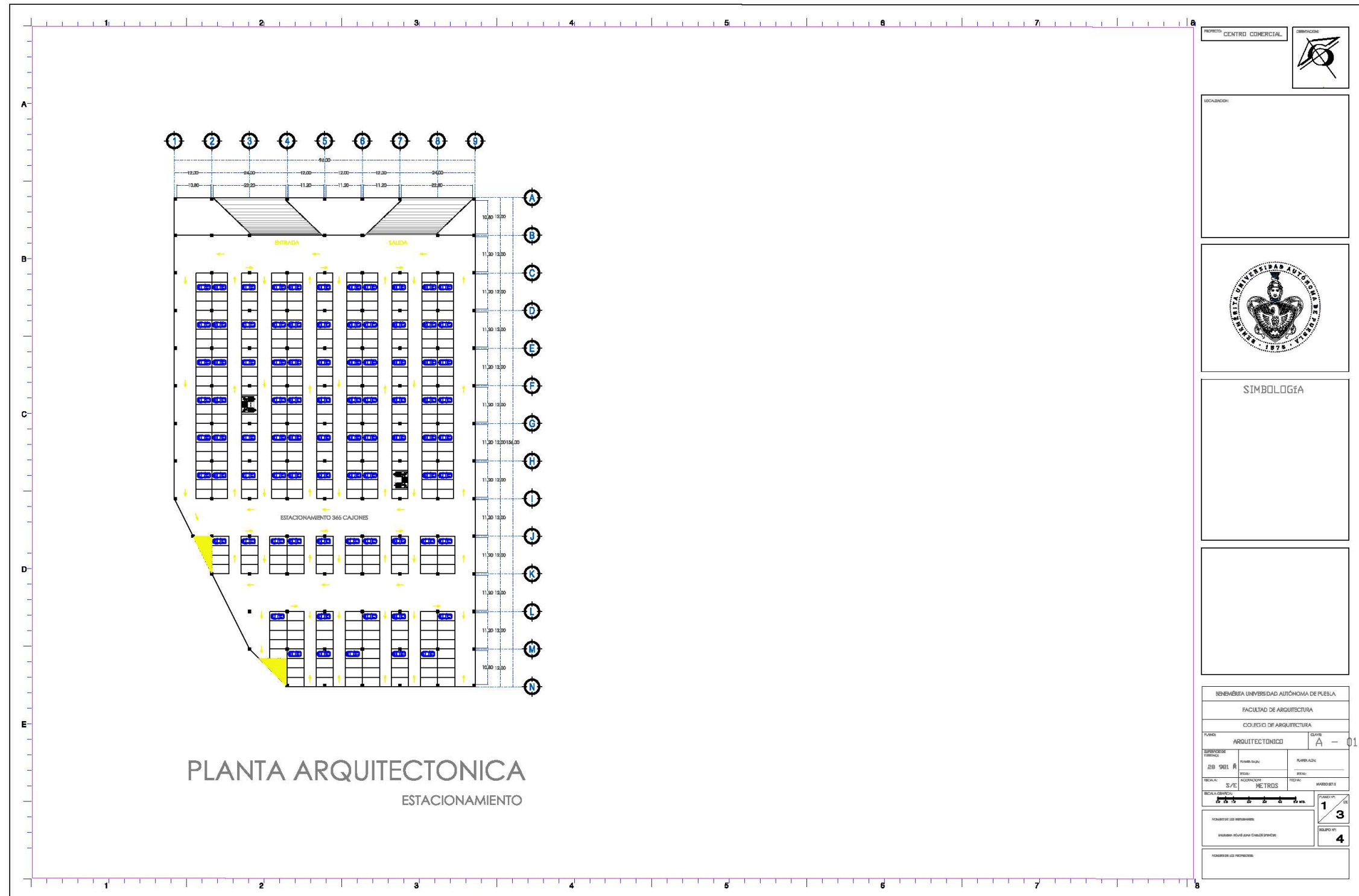
6.1 Plantas Arquitectónicas.



6.1 Plantas Arquitectónicas.



6.1 Plantas Arquitectónicas.



PROYECTO: CENTRO COMERCIAL

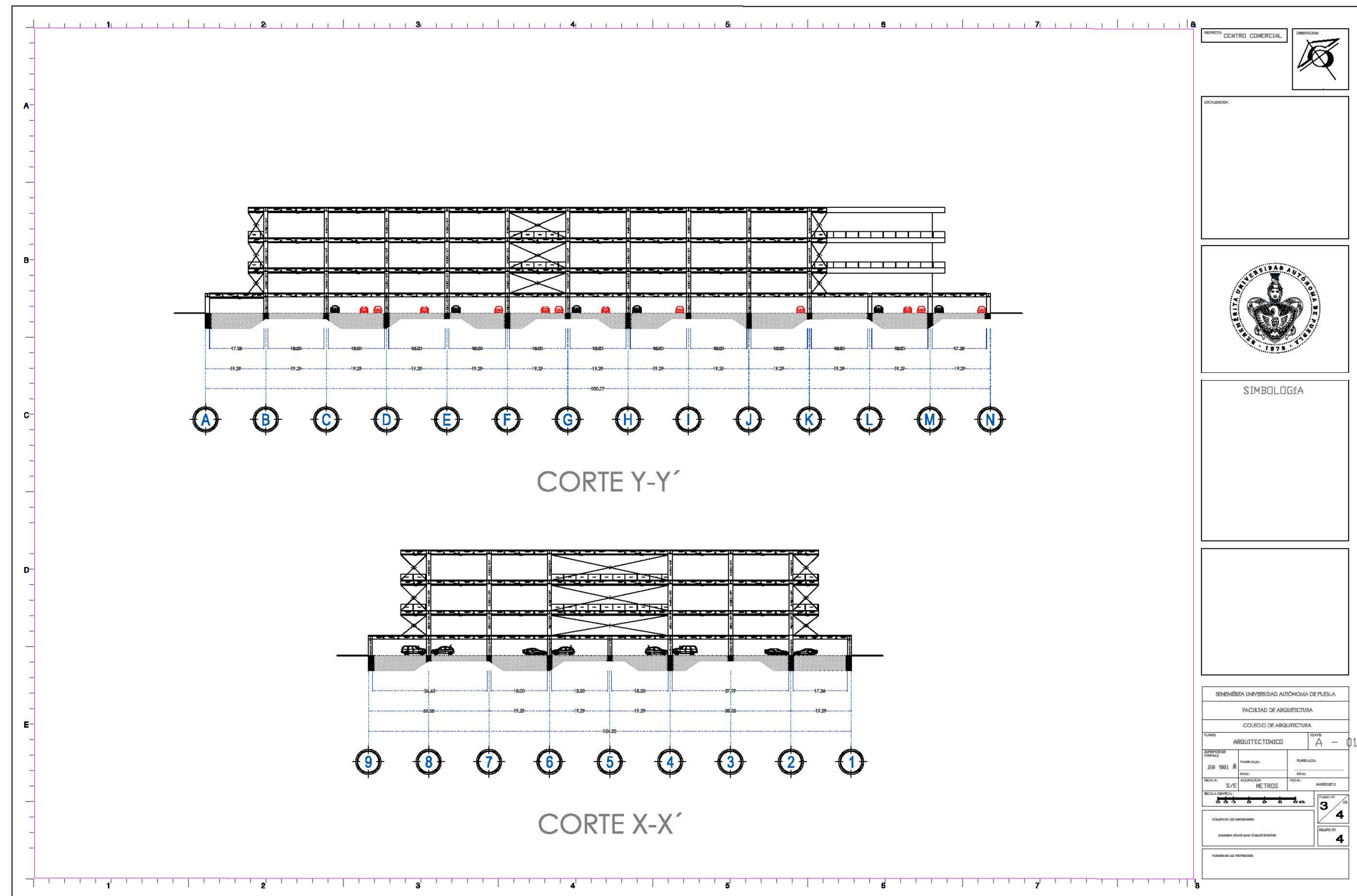
UBICACION:

LOCALIDAD:

SIMBOLOGÍA

BENEMÉRITA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE PUEBLA	
FACULTAD DE ARQUITECTURA	
COLEGIO DE ARQUITECTURA	
FUNDO: ARQUITECTÓNICO	GRUPO: A - 01
REFERENCIA: 28 981 A	FECHA: 2014
ESCALA: S/E	UNIDAD: METROS
FECHA DE ELABORACIÓN:	FECHA DE REVISIÓN:
NÚMERO DE REVISIÓN:	1 3
NOMBRE DEL AUTOR:	4
NOMBRE DEL PROYECTO:	

6.2 Cortes.

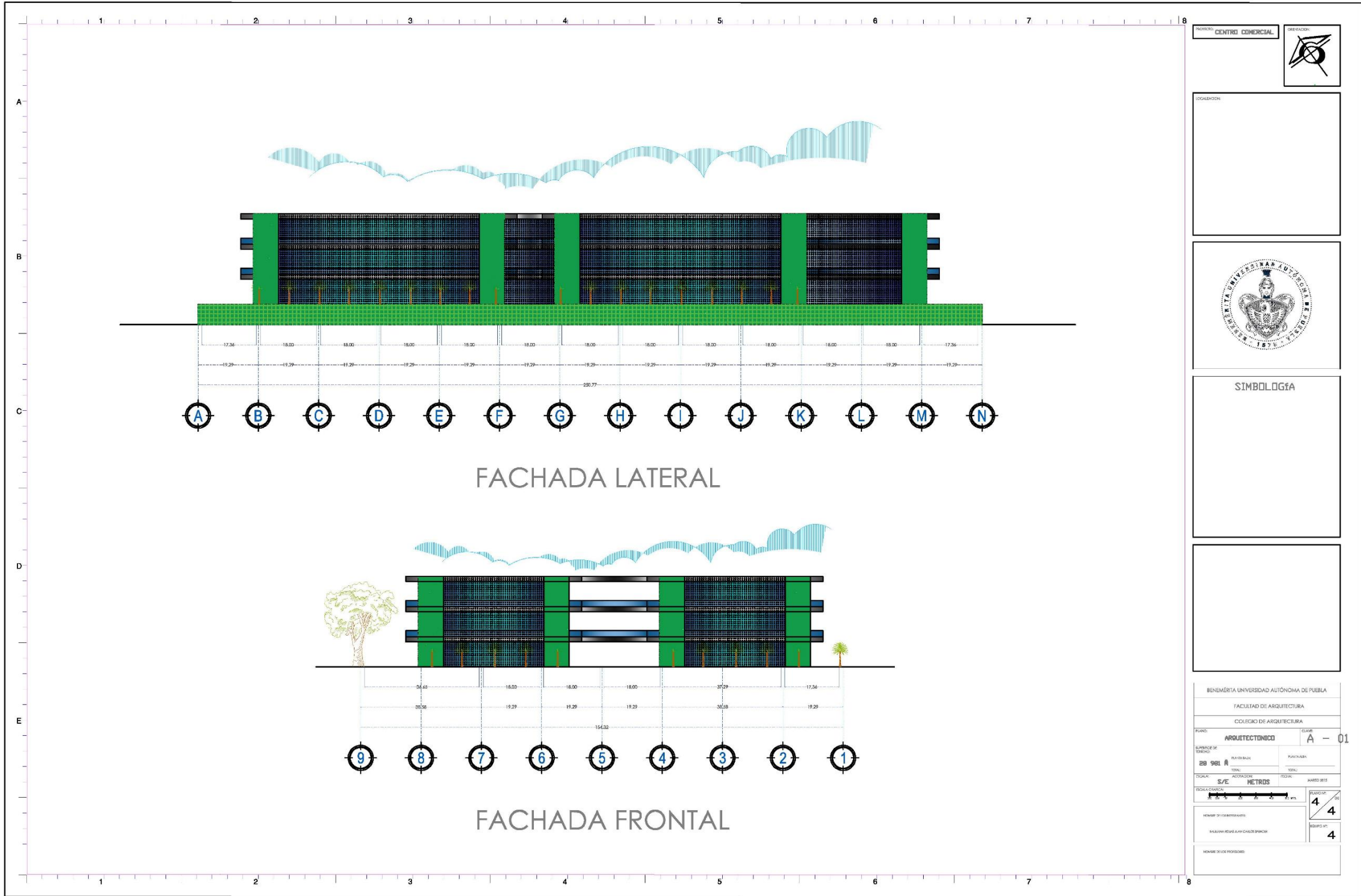


Juan Carlos Spencer Balbuena Rojas.

CENTRO COMERCIAL LAS TORRES EN LA COLONIA LOMAS DE SAN MIGUEL DE LA CIUDAD DE PUEBLA.

TERRACABA
DESIGN & BUILDING

6.3 Fachadas.



PROYECTO: CENTRO COMERCIAL

INSTITUCION:

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE PUEBLA

FACULTAD DE ARQUITECTURA

COLEGIO DE ARQUITECTURA

SIMBOLOGÍA

BENEMÉRITA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE PUEBLA

FACULTAD DE ARQUITECTURA

COLEGIO DE ARQUITECTURA

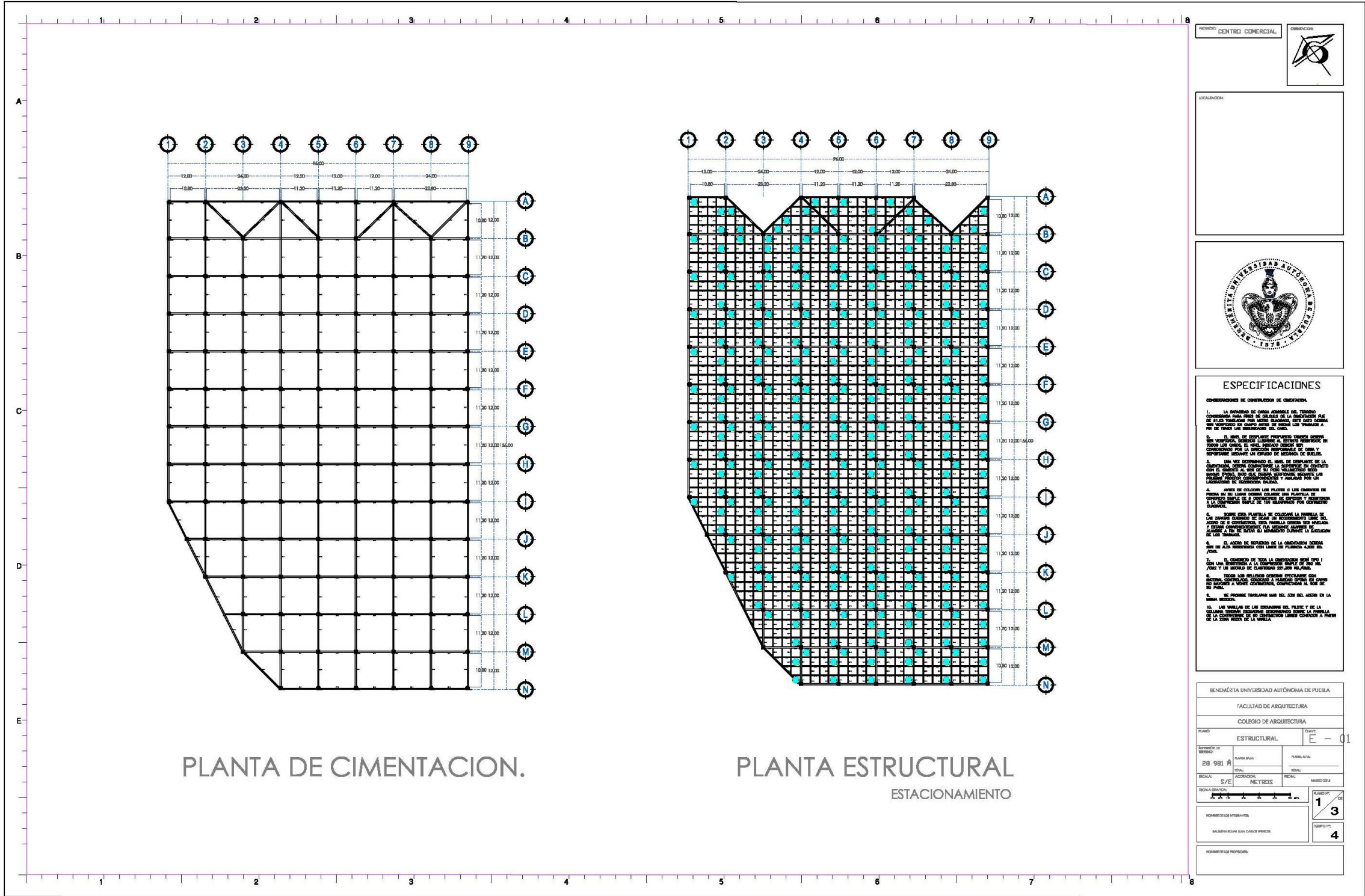
PLANO: ARQUITECTÓNICO

ESCALA: S/C METROS

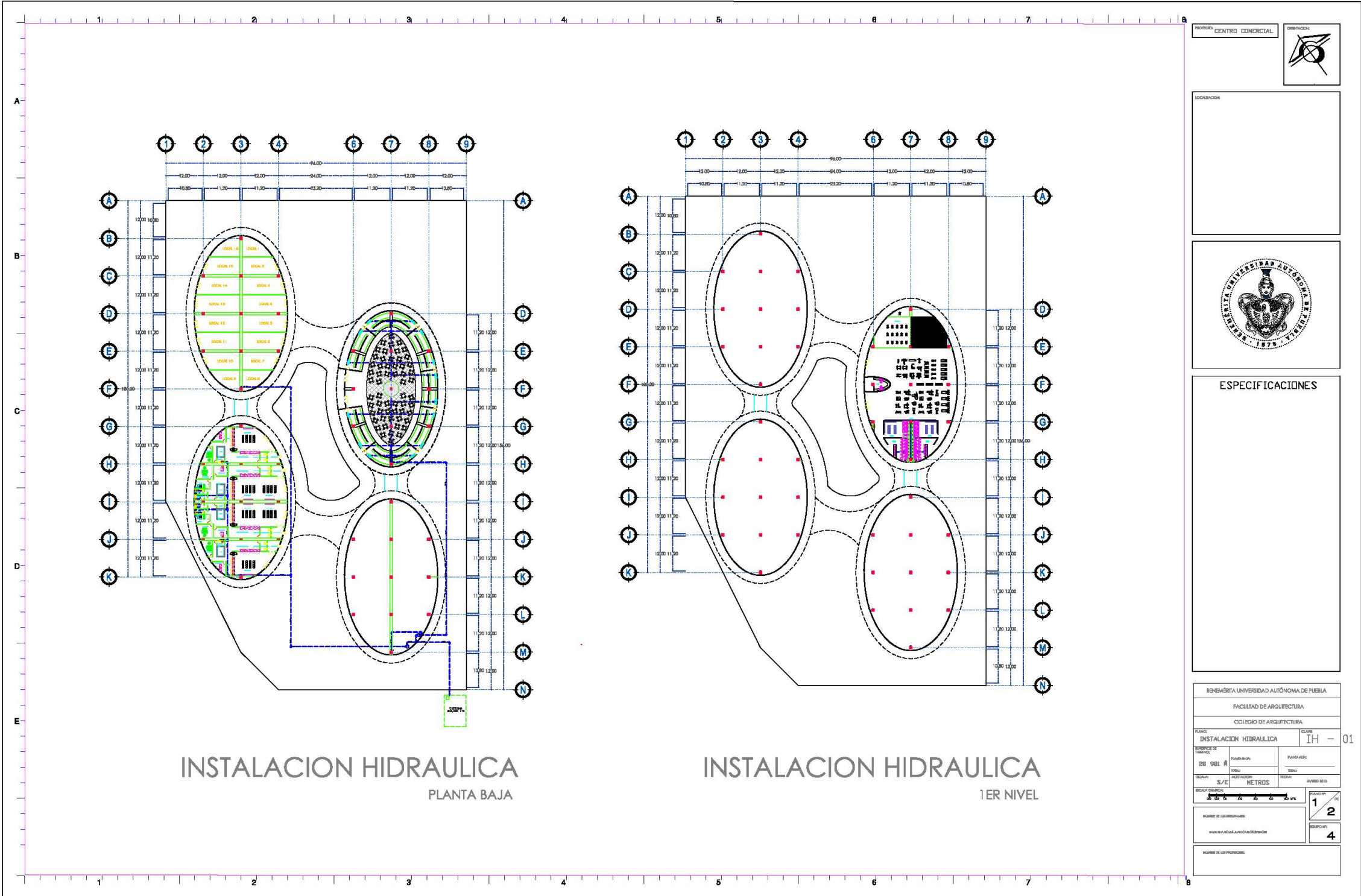
FECHA: 4/4

HOJA: 4

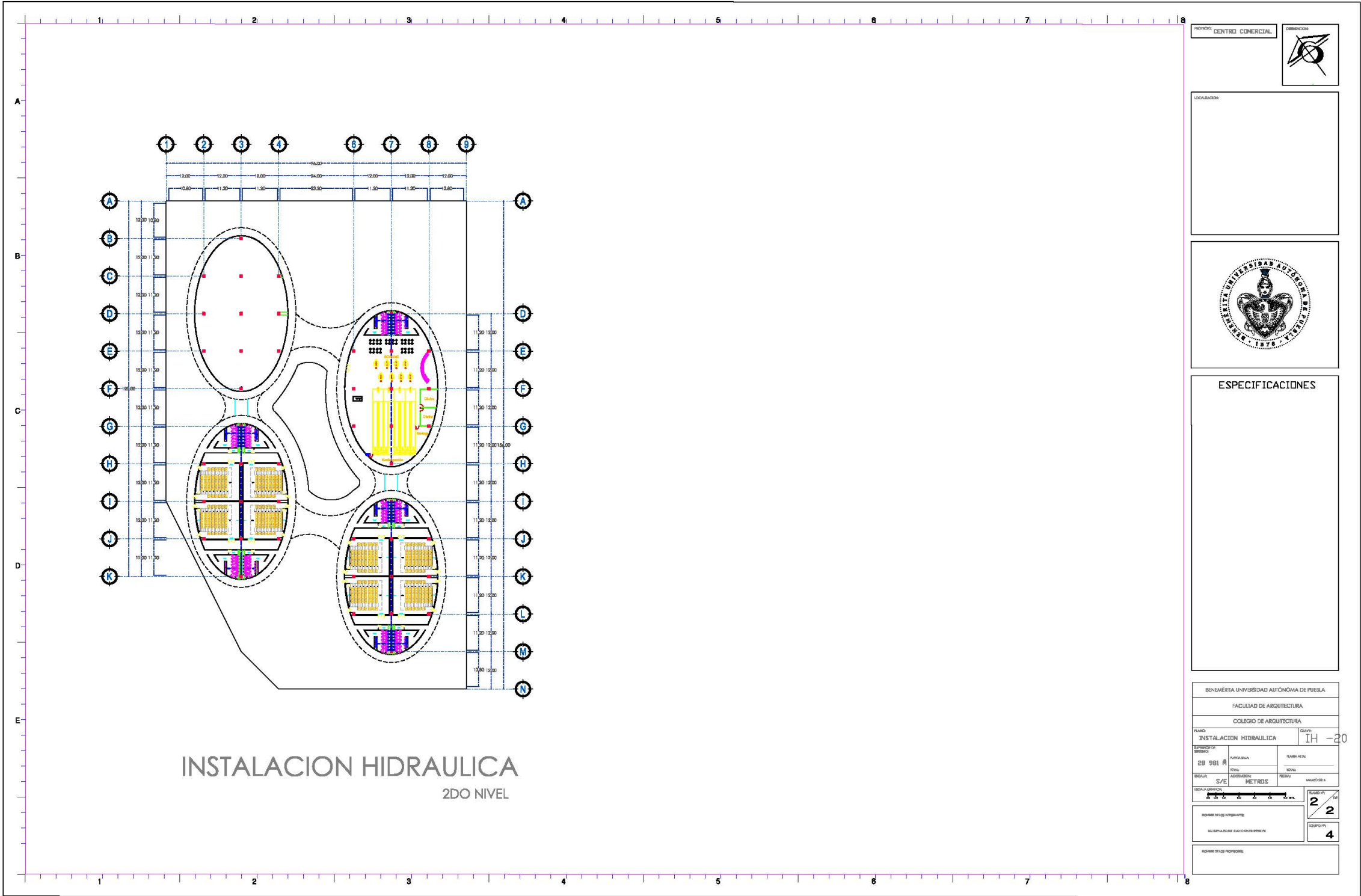
6.4 Planos Estructurales.



6.5 Planos de Instalaciones Hidráulicas.



6.5 Planos de Instalaciones Hidráulicas.

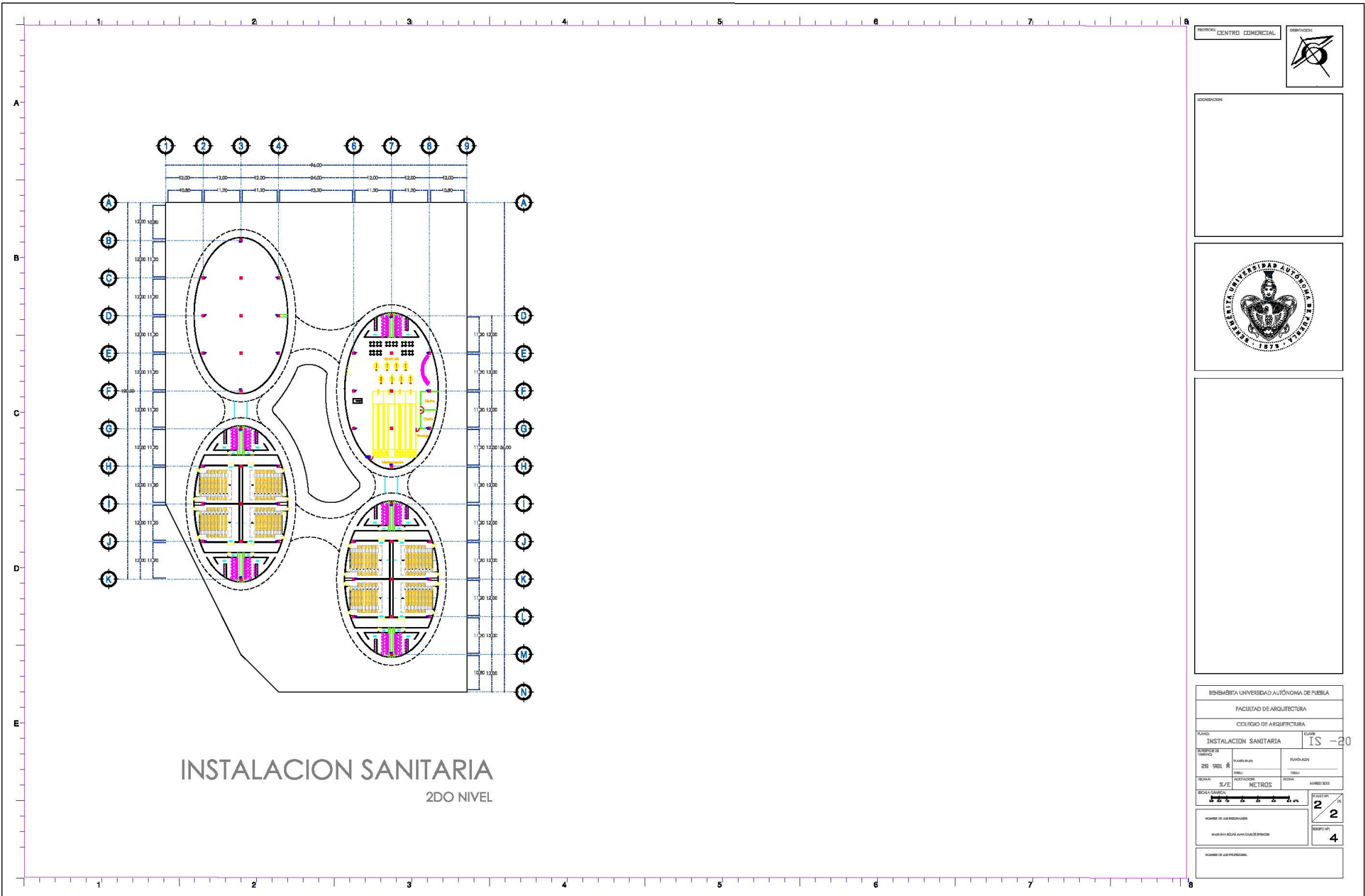


Juan Carlos Spencer Balbuena Rojas.

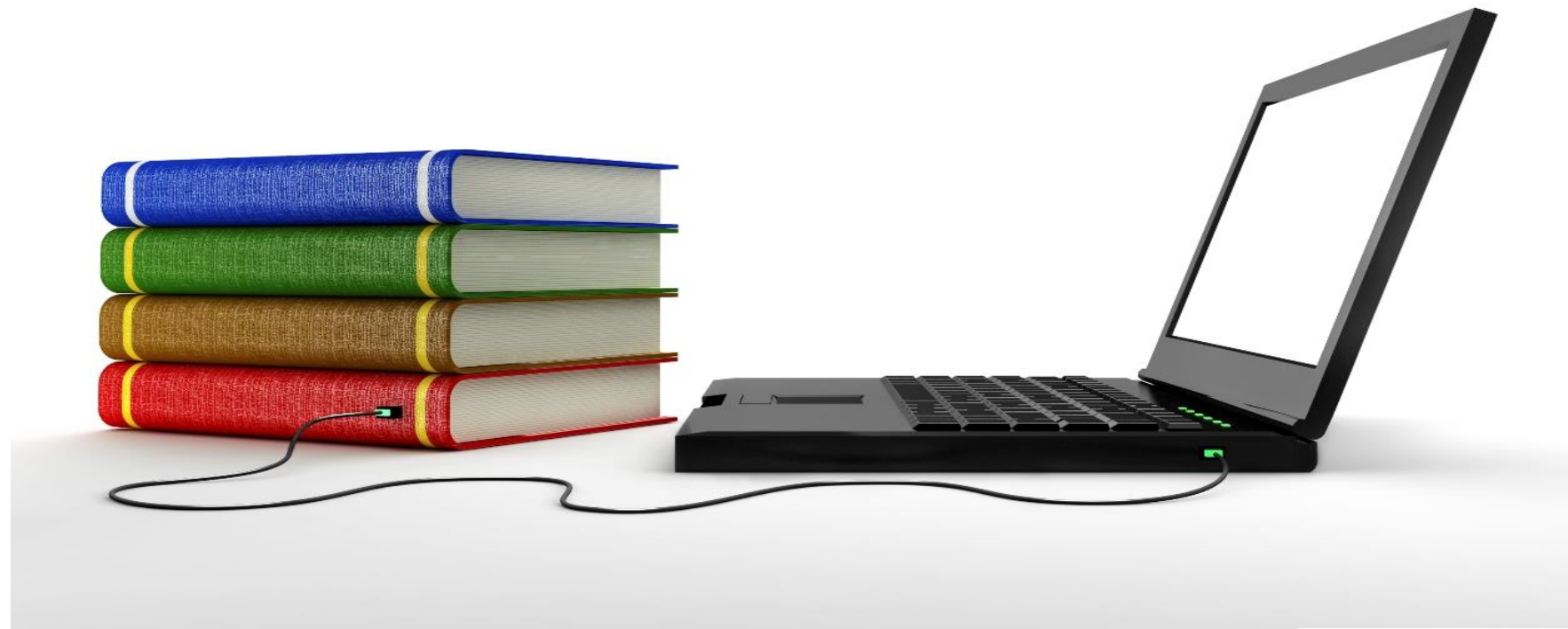
CENTRO COMERCIAL LAS TORRES EN LA COLONIA LOMAS DE SAN MIGUEL DE LA CIUDAD DE PUEBLA.



6.6 Planos de Instalaciones Sanitarias.



Capítulo 7. Conclusión y Bibliografía.



<https://www.google.com/comercio>

CONCLUSIÓN.

El proceso de diseño de un centro comercial es muy complejo ya que los espacios que requieren los comerciantes tienen diferente complejidad es así que con la propuesta arquitectónica del centro comercial las torres es posible de dotar a la comunidad espacios confortables y sustentables en esta región, ya que anteriormente no se contaba con un centro comercial de estas características en la zona. Con ello se contribuye a que los ingresos de esta región del municipio de Puebla aumenten favorablemente sin que se vean afectados los comercios de menor tamaño.

El municipio de Puebla, posee características particulares para explotar el comercio que propician al desarrollo de esta propuesta arquitectónica en la zona de lomas de San Miguel empleando sistemas constructivos sustentables.

Con el desarrollo de este eficaz proyecto en la zona en un tiempo a corto plazo se tendrá un aumento a la economía y crecimiento en el desarrollo urbano .

BIBLIOGRAFÍA.

- Arq. Alfredo Plazola Cisneros, (1999). Enciclopedia de Arquitectura Plazola, Vol. 7. México. Plazola Editores y Noriega Editores.
- Ernst Neufert, (2010). Neufert: Arte de Proyectar en Arquitectura, Vol. 12. Editorial Gustavo Gili.

SITIOGRAFÍA

- www.google.com/earth
- www.google.com/imagenes
- es.wikipedia.org/wiki/Wikipedia