

UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO
FACULTAD DE INGENIERÍA
ESCUELA DE ARQUITECTURA



**COMPLEJO COMERCIAL CON ESPACIO PÚBLICO EN
CONSOLIDACIÓN DEL SECTOR 21 DE LA PERIFERIA URBANA
COMO ALTERNATIVA A LA CENTRALIZACIÓN COMERCIAL EN
CHICLAYO**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO DE
ARQUITECTO**

AUTOR

JULIO FREDERICK HERRERA MARIN

ASESOR

YVAN PAUL GUERRERO SAMAMÉ

<https://orcid.org/0000-0001-8206-4654>

Chiclayo, 2021

**COMPLEJO COMERCIAL CON ESPACIO PÚBLICO EN
CONSOLIDACIÓN DEL SECTOR 21 DE LA PERIFERIA
URBANA COMO ALTERNATIVA A LA CENTRALIZACIÓN
COMERCIAL EN CHICLAYO**

PRESENTADA POR:

JULIO FREDERICK HERRERA MARIN

A la Facultad de Ingeniería de la

Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo

para optar el título de

ARQUITECTO

APROBADA POR:

Cesar Fernando Jiménez Zuloeta

PRESIDENTE

María Teresa Montenegro Gómez

SECRETARIA

Yvan Paul Guerrero Samamé

VOCAL

DEDICATORIA

A Dios que me dio salud y fortaleza a través de los años para poder vencer las adversidades y que día a día me guía para mejorar constantemente y convertirme en una mejor persona y un excelente profesional.

A mis padres Julio y María que con su amor, apoyo incondicional y esfuerzo diario son la razón y la motivación para cumplir mis metas que me he trazado.

A mis hermanos: Sergio, Medalit y Julissa; que con su ejemplo me inculcaron que con esfuerzo se puede lograr todo, y en especial a mi compañera de vida Roxana que no solo me ha sabido comprender en este largo camino, si no que me apoyo y estuvo presente en los momentos más difíciles e importantes de mi carrera.

AGRADECIMIENTOS

A mi asesor Yvan Paul Guerrero Samamé por su amistad, orientación y apoyo en esta última etapa de mis estudios profesionales.

A mi gran amigo y docente Juan Torres Benavides que me apoyo y alentó en los momentos más duros en la etapa final de mi carrera profesional.

También agradezco a toda la plana docente de la escuela de arquitectura, que me instruyeron a lo largo de todos estos años, y así un agradecimiento especial a dos arquitectos, que fueron fundamentales para proyectar mis metas: Carlos Paredes García que me enseñó que todo gran logro conlleva una serie de un constante sacrificio y a Eduardo Itabashi que me enseñó que la arquitectura debe ser analizada para ser plasmada.

ÍNDICE

RESUMEN	12
ABSTRACT	12
I. INTRODUCCIÓN	13
II. REVISIÓN DE LITERATURA / MARCO TEÓRICO	16
2.1. Bases Históricas.....	16
2.2. Bases Teóricas	20
2.3. Referentes	23
III. MATERIALES Y MÉTODO	26
3.1. Tipo y Nivel de Investigación	26
3.2. Diseño de Investigación	26
3.3. Población, Muestra y Muestreo	26
3.4. Criterio de Selección	26
3.5. Operacionalización de Variables	26
3.6. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos	26
3.7. Procedimientos	26
3.8. Metodología Aplicada	27
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	28
4.1. Problemática generada por la Centralización comercial en Chiclayo	28
4.1.1. Saturación comercial.....	29
4.1.2. Comercio ambulatorio	35
4.1.3. Congestionamiento Peatonal - Vehicular	37
4.1.3.1. Avenidas en el Centro de Chiclayo	39
4.1.3.2. Calles en el Centro de Chiclayo	40
4.1.3.3. Calles de un carril en el Centro de Chiclayo	41
4.1.4. Contaminación Acústica - Ambiental.....	43
4.1.5. Déficit de Áreas libres y Espacio Público	46

4.1.6. Degradación del Centro de la ciudad.....	47
4.2. Cotejo de los Principales Centros de comercio en Chiclayo.....	48
4.2.1. Comercio Independiente en vías o corredor comercial	48
4.2.2. Mercado Minorista.....	51
4.2.3. Mercado Mayorista	51
4.2.4. Supermercado	52
4.2.5. Tienda por departamento	54
4.2.6. Galería comercial.....	56
4.2.7. Centro comercial.....	57
4.3. Elección y Justificación del terreno donde se va a intervenir.....	60
4.3.1. Radio de Cobertura y Zonas desatendidas.....	62
4.3.2. Posibles Terrenos para Propuesta Comercial.....	64
4.3.3. Síntesis Final de Análisis de Terrenos.....	70
4.3.4. Situación Actual de los sectores 18, 20, 21, 32 y 33	70
4.3.5. Justificación de ubicación y elección del terreno	71
4.4. Principales Actividades de Consumo y Recreación en el centro de Chiclayo	72
4.4.1. Tienda Independiente en vías o corredor comercial	72
4.4.2. Mercado minorista	73
4.4.3. Mercado mayorista	73
4.4.4. Supermercado	74
4.4.5. Tiendas por departamento.....	74
4.4.6. Galería comercial.....	75
4.4.7. Centro comercial.....	75
4.4.8. Agencias financieras	76
4.4.9. Agencias públicas y de pagos	77
4.4.10. Centros de ocio y recreación.....	77

4.5. Propuesta Arquitectónica Innovadora: Edificio Comercial con Espacio Público	80
4.5.1. Estrategia Conceptual del Proyecto	80
4.5.2. Estrategia Funcional del Proyecto	80
4.5.2.1. Zonificación y Actividades a realizarse	82
4.5.2.2. Zonificación y Programa Arquitectónico	83
4.5.2.3. Relaciones Espaciales.....	84
4.5.3. Estrategia Formal del Proyecto.....	85
4.5.3.1. Referente Arquitectónico.....	85
4.5.3.2. Flujos del Terreno.....	86
4.5.3.3. Trayectorias del entorno al terreno.....	87
4.5.3.4. Accesos Peatonales y Vehiculares.....	87
4.5.3.5. Generación de la Forma del Proyecto	88
4.5.4. Adecuación del Programa Arquitectónico a la Forma del Proyecto.....	90
4.5.5. Master Plan del Proyecto Arquitectónico.	91
4.5.6. Proyecto Arquitectónico.	93
4.5.6.1. Plantas Generales del Proyecto	93
4.5.6.2. Elevaciones Generales del Proyecto	97
4.5.6.3. Cortes Generales del Proyecto	97
4.5.6.4. Imágenes del Proyecto	101
V. CONCLUSIONES.....	103
VI. RECOMENDACIONES.....	104
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	105
VIII. ANEXOS.....	106

LISTA DE GRÁFICOS

Grafico 01 – Crecimiento Poblacional	13
Grafico 02 – Congestionamiento en el Centro de Chiclayo.....	14
Grafico 03 – Periferia desabastecida en Chiclayo.....	14
Grafico 04 – Comercio en la década de los 50.....	17
Grafico 05 – Comercio en la década de los 70.....	17
Grafico 06 – Comercio en la actualidad.....	18
Grafico 07 – Centro de Chiclayo en la actualidad	18
Grafico 08 – Evolución de los centros de comercio en Chiclayo	19
Grafico 09 – Problemática generada en Chiclayo.....	28
Grafico 10 – Áreas de comercio en Chiclayo	29
Grafico 11 – Comercio en avenida José Balta	30
Grafico 12 – Comercio en avenida Sáenz Peña	30
Grafico 13 – Comercio en avenida Pedro Ruiz.....	30
Grafico 14 – Comercio en avenida Luis Gonzales.....	31
Grafico 15 – Comercio en avenida Bolognesi	31
Grafico 16 – Comercio en avenida A.B. Leguía.....	32
Grafico 17 – Comercio en calle Arica.....	32
Grafico 18 – Comercio en calle San José.....	32
Grafico 19 – Comercio en calle Elías Aguirre	33
Grafico 20 – Comercio en calle Alfredo Lapoint.....	33
Grafico 21 – Comercio en calle Juan Cuglievan.....	34
Grafico 22 – Mercado Modelo	35
Grafico 23 – Feria Balta	35
Grafico 24 – Mercado Central.....	36
Grafico 25 – Esquema General de una avenida en Chiclayo	39
Grafico 26 – Esquema General de una calle en Chiclayo	40
Grafico 27 – Esquema General de una calle de un carril en Chiclayo.....	41
Grafico 28 – Centro de Chiclayo en la actualidad	42
Grafico 29 – Contaminación acústica en Chiclayo	43
Grafico 30 – Contaminación ambiental en Chiclayo	44
Grafico 31 – Áreas verdes en Chiclayo.....	46
Grafico 32 – Tienda de ropa Walon	49
Grafico 33 – Tienda de calzado Bata	49
Grafico 34 – Botica Inka Farma	50

Grafico 35 – Librería Ditto.....	50
Grafico 36 – Mercado Central.....	51
Grafico 37 – Mercado Modelo.....	52
Grafico 38 – Metro Luis Gonzales.....	53
Grafico 39 – Tottus Luis Gonzales.....	53
Grafico 40 – Metro Balta.....	54
Grafico 41 – Ripley.....	55
Grafico 42– Saga Falabella.....	55
Grafico 43 – Oechsle.....	56
Grafico 44 – Feria Balta.....	56
Grafico 45 – Real Plaza.....	57
Grafico 46 – Open Plaza.....	58
Grafico 47 – Chiclayo 2007.....	60
Grafico 48 – Chiclayo 2015.....	61
Grafico 49 – Crecimiento poblacional.....	61
Grafico 50 – Radio de Cobertura y Zona desatendida.....	62
Grafico 51 – Posibles terrenos para propuesta.....	64
Grafico 52– Situación Actual de sectores 18, 20, 21, 32, 33.....	70
Grafico 53 – Ubicación y Elección del Proyecto a realizarse.....	71
Grafico 54 – Relaciones Espaciales.....	84
Grafico 55 – Flujos de terreno.....	86
Grafico 56 – Trayectorias del entorno al terreno.....	87
Grafico 57 – Accesos peatonales y vehiculares.....	87
Grafico 58 – Generación del Proyecto.....	88
Grafico 59 – Generación del Proyecto.....	88
Grafico 60 – Generación del Proyecto.....	88
Grafico 61 – Generación del Proyecto.....	89
Grafico 62 – Generación del Proyecto.....	89
Grafico 63 – Adecuación del programa a la forma del Proyecto.....	90

LISTA DE TABLAS

Tabla 01 – Análisis a los corredores comerciales	34
Tabla 02 – Comercio ambulatorio en Chiclayo	36
Tabla 03 – Población estimada en Chiclayo	37
Tabla 04 – Población estimada en el distrito de Chiclayo	37
Tabla 05 – Población estimada en el distrito de José Leonardo Ortiz	37
Tabla 06 – Población estimada en el distrito de La Victoria	38
Tabla 07 – Población estimada en el distrito de Pimentel.....	38
Tabla 08 – Crecimiento Vehicular - Venta de autos en Chiclayo.....	38
Tabla 09 – Congestionamiento vehicular en determinadas horas	42
Tabla 10 – Contaminación acústica en las principales vías del centro de Chiclayo	44
Tabla 11 – Contaminación ambiental en los principales de comercio en Chiclayo	45
Tabla 12 – Análisis de los principales centros de comercio en Chiclayo	59
Tabla 13 – Población atendida y desatendida de Chiclayo	62
Tabla 14 – Presencia de comercios en distintas Zonas de Chiclayo	63
Tabla 15 – Síntesis Final de Análisis de Terrenos	70
Tabla 16 – Principales Actividades en Tiendas Independientes	72
Tabla 17 – Principales Actividades en Mercado Minorista	73
Tabla 18 – Principales Actividades en Mercado Mayorista	73
Tabla 19 – Principales Actividades en Supermercado	74
Tabla 20 – Principales Actividades en Tienda por Departamento	74
Tabla 21 – Principales Actividades en Galería Comercial.....	75
Tabla 22 – Principales Actividades en Centro Comercial.....	76
Tabla 23 – Principales Actividades en Agencias Financieras.....	76
Tabla 24 – Principales Actividades en Agencias Públicas y de pagos	77
Tabla 25 – Principales Actividades de Ocio y Recreación en áreas techadas.....	78
Tabla 26 – Principales Actividades de Ocio y Recreación en áreas libres	78
Tabla 27 – Principales Actividades de Consumo y Recreación de los actuales centros de comercio en Chiclayo.....	79
Tabla 28 – Zonificación y Programa Arquitectónico.....	83

LISTA DE FOTOS

Foto 01 – Avenida Miguel Grau	39
Foto 02 – Avenida Sáenz Peña.....	40
Foto 03 – Calle San José	40
Foto 04 – Calle Pedro Ruiz	41
Foto 05 – Calle Alfredo Lapoint	41
Foto 06 – Contaminación en el Mercado Modelo.....	45
Foto 07 – Contaminación en la Feria Balta.....	45
Foto 08 – Contaminación en el Mercado Modelo.....	45
Foto 09 – Parque Principal	46
Foto 10 – Plazuela Elías Aguirre.....	46
Foto 11 – Paseo Las Musas	46
Foto 12 – Feria Balta.....	48
Foto 13 – Real Plaza.....	48
Foto 14 – Tienda de ropa Walon.....	49
Foto 15 – Tienda de calzado Bata	49
Foto 16 – Botica Inka Farma.....	50
Foto 17 – Librería Ditto	50
Foto 18 – Mercado Central.....	51
Foto 19 – Mercado Modelo.....	52
Foto 20 – Metro Luis Gonzales.....	53
Foto 21 – Tottus Luis Gonzales	53
Foto 22 – Metro Balta	54
Foto 23 – Ripley.....	55
Foto 24 – Saga Falabella	55
Foto 25 – Oechsle.....	56
Foto 26 – Feria Balta.....	56
Foto 27 – Real Plaza.....	57
Foto 28 – Open Plaza	58
Foto 29 – Mercado del ocho.....	85
Foto 30 – Mercado del ocho.....	85
Foto 31 – Mercado del ocho.....	86
Foto 32 – Vista General 1	101
Foto 33 – Vista General 2	101
Foto 34 – Acceso Zona Norte 1	101

Foto 35 – Acceso Zona Sur 1	102
Foto 36 – Acceso Zona Norte 2	102
Foto 37 – Acceso Zona Sur 2.....	102

RESUMEN

Durante las últimas décadas Chiclayo ha gozado de un alto crecimiento poblacional el cual se ve reflejado en la creación de nuevas urbanizaciones ubicadas en la periferia de la ciudad, también ha gozado de un alto crecimiento comercial con la presencia de todo tipo de negocios ubicado en todas las zonas y vías posibles del centro principal de Chiclayo. La sumatoria de estos dos importantes factores ha llevado a una degradación del centro de Chiclayo ocasionado por el congestionamiento peatonal – vehicular y la saturación comercial, impidiendo el desarrollo de nuevas centralidades en la ciudad.

La presente investigación nos hablara sobre cómo se han dado estos crecimientos en la ciudad, la problemática generada, y la importancia que tiene buscar la descentralización comercial, con una propuesta de un complejo comercial con espacio público, que permita el desarrollo de las nuevas zonas de expansión urbana, ubicadas en la periferia de Chiclayo.

Palabras Claves: Congestionamiento, Saturación Comercial, Complejo Comercial, Espacio Público, Descentralización comercial.

ABSTRACT

During the last decades Chiclayo has enjoyed a high population growth which is reflected in the creation of new urbanizations located in the periphery of the city, it has also enjoyed a high commercial growth with the presence of all kinds of business located in all the zones and possible routes of the main center of Chiclayo. The sum of these two important factors has led to a degradation of the center of Chiclayo caused by pedestrian traffic congestion and commercial saturation, preventing the development of new centralities in the city.

This present investigation will tell us about how these growths have occurred in the city, the problems generated, and the importance of seeking commercial decentralization, with a proposal for a commercial complex with public space that allows the development of new areas of urban expansion, located in the periphery of Chiclayo.

Keywords: Congestion, Commercial Saturation, Commercial Complex, Public Space, Commercial Decentralization.

I. INTRODUCCIÓN

Chiclayo en la actualidad es el núcleo de ciudades importantes como: Trujillo (al sur), Piura (al norte), y Cajamarca (al este) el motivo principal: el comercio, primera actividad económica por excelencia de la ciudad, gracias al comercio la ciudad ha gozado de un crecimiento urbano poblacional durante las últimas décadas, y mediante las migraciones junto al “boom de la construcción” que se ha llevado en el país los últimos años, generaron en Chiclayo este gran crecimiento demográfico.

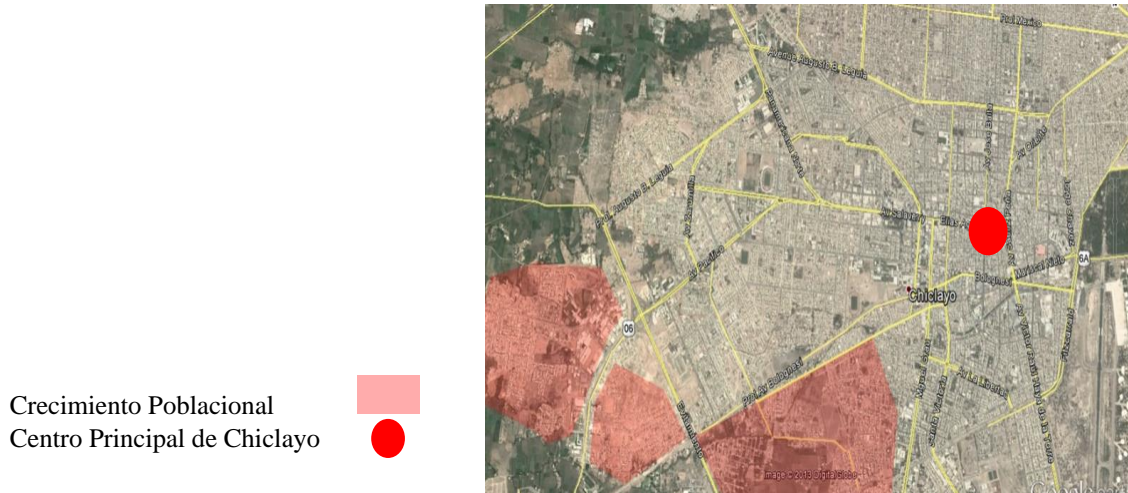


Gráfico 01: Crecimiento Poblacional
Fuente Google Earth - Elaboración Propia

Como resultado de este crecimiento demográfico, se ha visto la edificación de muchas nuevas urbanizaciones, junto a todo tipo de construcciones como viviendas unifamiliares, multifamiliares, condominios, residenciales y más, trayendo consigo la consolidación de esta nueva periferia urbana, reflejándose así este crecimiento urbano – poblacional en mayor dimensión en la zona suroeste de la ciudad, hacia el distrito de Pimentel.

Y es que como en toda ciudad de la costa del Perú con el paso de los años han presentado un alto crecimiento poblacional. Chiclayo en el año 2005 presentaba una población de más de 783 549 habitantes, a raíz de las migraciones y el auge de la inmobiliaria que se dio en el país, su crecimiento poblacional ha sido considerable en los últimos 15 años debido a que en el 2010 eran 821 711 habitantes, en el año 2015 un total de 842210, teniendo hoy por hoy en el 2020 un total de 862709 habitantes.

Sumado a este crecimiento poblacional, en Chiclayo también se viene dando un alto crecimiento vehicular, donde en los últimos diez años ha sido bastante considerable. Pues, en el año 2008 el parque automotor de Chiclayo estaba alrededor de 20000 unidades, para el año 2012 la cifra aumentó considerablemente a 100000 unidades, pero de una manera exponencial, en diez años por el aumento poblacional, las nuevas líneas de servicio de taxi, y la importación y adquisición por parte de las familias, el parque automotor creció a 300000 unidades. Sin dudas un gran crecimiento a considerar y tomar en cuenta en la presente investigación.

De esta manera, la suma de estos dos factores ha generado un problema en la ciudad, en vista que el centro de Chiclayo es potencialmente comercial y alberga a todas las actividades económicas, ocasionan que el poblador viaje a diario mediante el transporte público y privado al centro de la ciudad, ya que en la actualidad la nueva periferia que se ha generado en la expansión urbana de Chiclayo, aun no presenta de un equipamiento comercial, lo que ocasiona una alta centralización comercial, trayendo consigo un deterioro del centro de Chiclayo, y a la vez un impedimento a la consolidación de un nuevo centro de comercio en las nuevas zonas de expansión urbana.

Vías Principales
Puntos de congestión

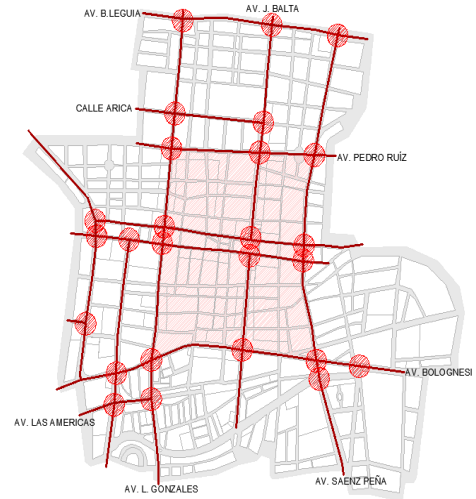


Gráfico 02: Congestionamiento en el Centro de Chiclayo
Fuente y Elaboración Propia

Vale recordar que actualmente en este año, estamos sufriendo una crisis sanitaria a nivel mundial producto del virus Covid 19, la cual nos recomiendan que “mantengamos la distancia”, pero en un centro de Chiclayo saturado, donde se albergan los principales centros de comercio, y a la vez carente de equipamiento comercial en las nuevas zonas de expansión urbana, es muy difícil cumplir con las normas sanitarias, ya que cuando la población en general de Chiclayo se reúne en su mismo centro de la ciudad, para satisfacer sus necesidades, la alta afluencia de esta genera los altos índices de contagio, provocando más problemas aparte de los ya mencionados.

Sectores 18, 20, 21, 32, 33
Centro de Chiclayo
Influencia del Comercio

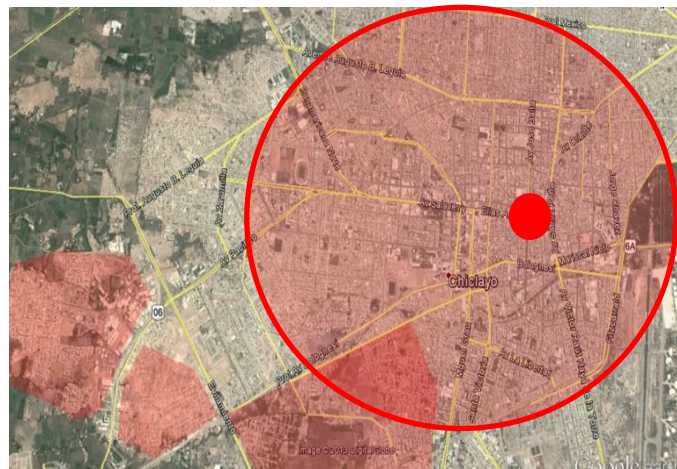


Gráfico 03: Periferia desabastecida en Chiclayo
Fuente Google Earth - Elaboración Propia

Por lo tanto, en qué medida la Centralización comercial de Chiclayo influye en el deterioro de la ciudad, la consolidación de un nuevo centro de comercio en Chiclayo y la consolidación de nuevas zonas de expansión urbana.

Esta investigación es de suma importancia porque, en la actualidad Chiclayo es una ciudad potencialmente comercial, pero pasa por un problema que es su centralización, veamos los aspectos en los que el proyecto destacaría:

- Económico: Contribuiría con el crecimiento comercial de las nuevas zonas de expansión urbana, donde nuevas viviendas tomaran un nuevo valor, y se incrementara esta actividad de una manera descentralizada en Chiclayo.

- Arquitectónico: Mostrando una arquitectura innovadora de comercio combinada con área libre y de recreación, este buscará interactuar con su entorno, mediante los espacios públicos, dejando de lado los diseños tradicionales.

- Social: Con la descentralización comercial, además de que generaría nuevos puestos de trabajo, se buscara recuperar la imagen tanto del centro de Chiclayo como de las nuevas zonas de expansión urbana, para que el ciudadano se identifique más con su ciudad.

Por consiguiente, la presente investigación pretende demostrar que un Complejo Comercial con espacio público en consolidación del sector 21 de la periferia urbana es la alternativa a la problemática de la centralización comercial en Chiclayo, y para esto es necesario lograr los siguientes objetivos que son:

- Describir las principales problemáticas generadas por la centralización comercial en el centro de Chiclayo.
- Comparar los principales centros de comercio en Chiclayo.
- Localizar nuevos centros de expansión urbana en Chiclayo que requieran el equipamiento de comercio.
- Reconocer las principales actividades de consumo y recreación en Chiclayo.
- Evaluar diferentes alternativas tipológicas de comercio y espacio público que permita mostrar una arquitectura innovadora.

Finalmente, con la presente investigación, tratare de ahondar en la problemática comercial del centro de Chiclayo comprendido por las calles Bolognesi, Sáenz Peña, Pedro Ruiz, y Luis Gonzales y la importancia de localizar nuevos centros de comercio en su periferia para buscar la consolidación de una ciudad descentralizada, en este caso nos enfocaremos en el sector 21 de Chiclayo ubicado en la zona sur oeste de la ciudad (actualmente desabastecido comercialmente, y con un alto crecimiento urbano - poblacional),

II. REVISIÓN DE LITERATURA / MARCO TEÓRICO

2.1 BASES HISTÓRICAS

Anteriormente en Chiclayo por los años treinta del siglo XX se creó el primer centro de abastos de la ciudad: El Mercado Central, (ubicado entre las calles José Balta, Teatro, Vicente de la Vega y Lora y Cordero) que en su constitución era un mercado minorista, este centro de abastos se creó para atender a la población del Chiclayo de ese entonces que apenas superaba los 100 000 habitantes.

Así de esta manera con el pasar del tiempo y las migraciones que se daban por parte de pobladores del sur, este y norte de Chiclayo, la ciudad fue creciendo hacia su periferia, distritos como José Leonardo Ortiz y La Victoria se comenzaron a urbanizar, y ya no era suficiente para abastecer a esta nueva población con el Mercado Central, por lo tanto se creaban distintos comercios menores en estos distritos para cubrir sus necesidades primarias de los nuevos residentes de la ciudad, pero Chiclayo seguía creciendo y solo contaba con un mercado principal y minorista.

Es así que en los años cuarenta frente a lo que es hoy en día el Mercado Central, en la calle Lora y Cordero se creó el primer Centro de Acopio de Chiclayo, que no era más que un lugar donde la mercadería al por mayor era repartida al Mercado Central y los diferentes comercios menores de la ciudad.

Con el aumento poblacional en Chiclayo, la ciudad solicitaba de un centro de abastos de mayor tamaño, entonces a mediados de los cincuenta diferentes comerciantes (en su mayoría mayoristas) formaron lo que hoy es el desaparecido mercado La Parada (ubicado entre las calles José Balta, Juan Cuglievan, Manuel Pardo y Cois) que en su constitución vino a ser el primer mercado mayorista de Chiclayo, en este se vendían los productos de primera necesidad como tubérculos, verduras y abarrotes. Pero de cierta manera la Parada no era un mercado con un diseño apropiado y menos aún proyectado a los planes de desarrollo urbano de la ciudad.

Por este motivo en la década de los sesenta se creó el primer gran mercado de Chiclayo, el Mercado Modelo (ubicado entre las calles José Balta, Juan Cuglievan, Manuel Pardo y Arica) un prototipo de mercado aplicado a varias ciudades del Perú en ese entonces, en este mercado se podían adquirir toda diversidad de productos desde los primarios, hasta la ropa y el calzado, además de que también se brindaban servicios a los ciudadanos, como venta de comidas entre otros.

Pero nuevamente el problema de la ciudad seguía siendo el aumento poblacional que se daba día a día, los distritos de José Leonardo Ortiz y la Victoria que conforman el Chiclayo Metropolitano no se llegaban a abastecer solo con el mercado Modelo y un desordenado mercado de La Parada, por este motivo a mediados de los setenta se empezó a construir un nuevo centro de abastos para toda la ciudad, donde el 3 de mayo de 1976 se inaugura el Mercado Moshoqueque, (ubicado entre las calles El Dorado, John Kennedy, Bolívar y Venezuela) el primer gran mercado minorista y mayorista de la región hasta la actualidad, este mercado comprendía de tres sectores, el sector 1 para la venta minorista, el sector 2 para la venta mayorista y el sector 3 para la venta de artesanos y afines.

Como en toda ciudad, un fuerte comercio atrae a otros comercios menores, se crearon diversos mercados minoristas o barriales en diferentes sectores y distritos de la ciudad, y tanto

el Mercado Moshoqueque como el Mercado Modelo contaban en sus afueras con corredores comerciales, pero para tomar en cuenta, estos mercados se comenzaron a llenar de comerciantes ambulantes que hoy en día es el primer punto de deterioro de estos centros de abastos.



Gráfico 04: Comercio en la década de los 50
Fuente y Elaboración Propia

Centro Principal de Chiclayo
Comercio generado en la década
Principales vías y corredores



Gráfico 05: Comercio en la década de los 70
Fuente y Elaboración Propia

Centro Principal de Chiclayo
Comercio generado en la década
Principales vías y corredores
Presencia de Mercados



Así con el pasar de las décadas y el crecimiento poblacional, las tipologías y los diseños de comercio iban evolucionando y estilizándose, Chiclayo ya no solo contaba de corredores comerciales o mercados, también comenzó a contar con galerías comerciales, un comercio más estilizado que no se dedicaba específicamente a la venta de productos de primera necesidad o perecibles, si no a la venta de productos secundarios como ropa, calzado y artefactos. En este tipo de comercio, Chiclayo cuenta con su principal galería, La Feria Balta creada en los años noventa.

Con la creación de este último centro de comercio, algo se podía deducir del centro de Chiclayo, que era su saturación comercial, pues al distrito principal acudía la población del Chiclayo metropolitano, la población de sus distritos lejanos como: Pimentel, Tumán, Pomalca, Monsefú entre otros. Y es que Chiclayo no solo comenzó a contar con mercados, galerías y corredores, empezó a contar con un nuevo tipo de comercio de finales de los ochenta e inicios de los años noventa que eran los supermercados de tipo minorista donde se podían adquirir todo tipo de producto, desde los perecibles hasta los artefactos, pero principalmente ofrecía: orden, limpieza y seguridad. Empresas como el Súper y El Centro se instalaron en Chiclayo ofreciendo este tipo de comercio.

Así, el comercio en Chiclayo había evolucionado, la población seguía en aumento (más de 500 000 habitantes), y eso trajo consigo diversos problemas en la ciudad, que eran el congestionamiento vehicular-peatonal, y la turgurización comercial, pues muchos de estos centros de comercio no contaban con áreas libres, espacios públicos o de aparcamiento, llevando consigo todos estos problemas.

A todo esto empresas nacionales supieron aprovechar el crecimiento poblacional y comercial, y visualizaron ideas de negocio en la creciente ciudad, y en el año 2005 se inauguró el primer mall o centro comercial, Real Plaza Chiclayo, un diseño innovador para la ciudad, pues contaba con Tiendas anclas como Saga Falabella (Tienda por departamento) Cineplanet, Patio de comidas, corredores comerciales, y Estacionamiento interno, pues este era muy necesario ya que ofrecía seguridad y estancia al consumidor.

Poco a poco Chiclayo paso de ser dueño de su propio negocio, a ser un comercio de inversión nacional y extranjera, y es que empresas nacionales y transnacionales como Maestro (Perú), Plaza Vea (Perú), Sodimac (Chile), Tottus (Chile), Metro (Chile) entre otras, aprovecharon la gran demanda comercial que se da en el centro de la ciudad y se instalaron para ofrecer sus servicios y productos.



Gráfico 06: Comercio en la actualidad
Fuente y Elaboración Propia

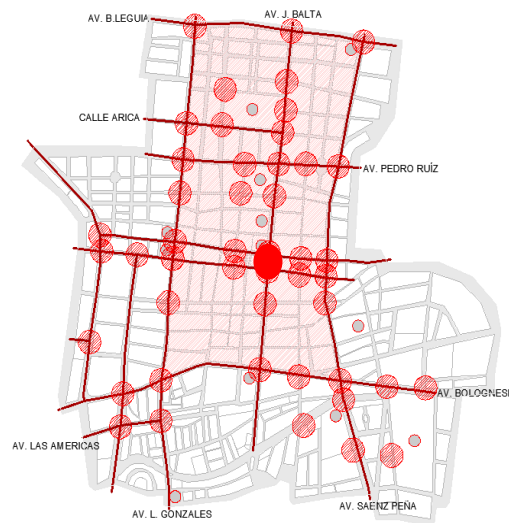


Gráfico 07: Centro de Chiclayo en la actualidad
Fuente y Elaboración Propia

- Centro Principal de Chiclayo
- Área de comercio generado
- Principales vías y corredores
- Presencia de Comercios Mayores

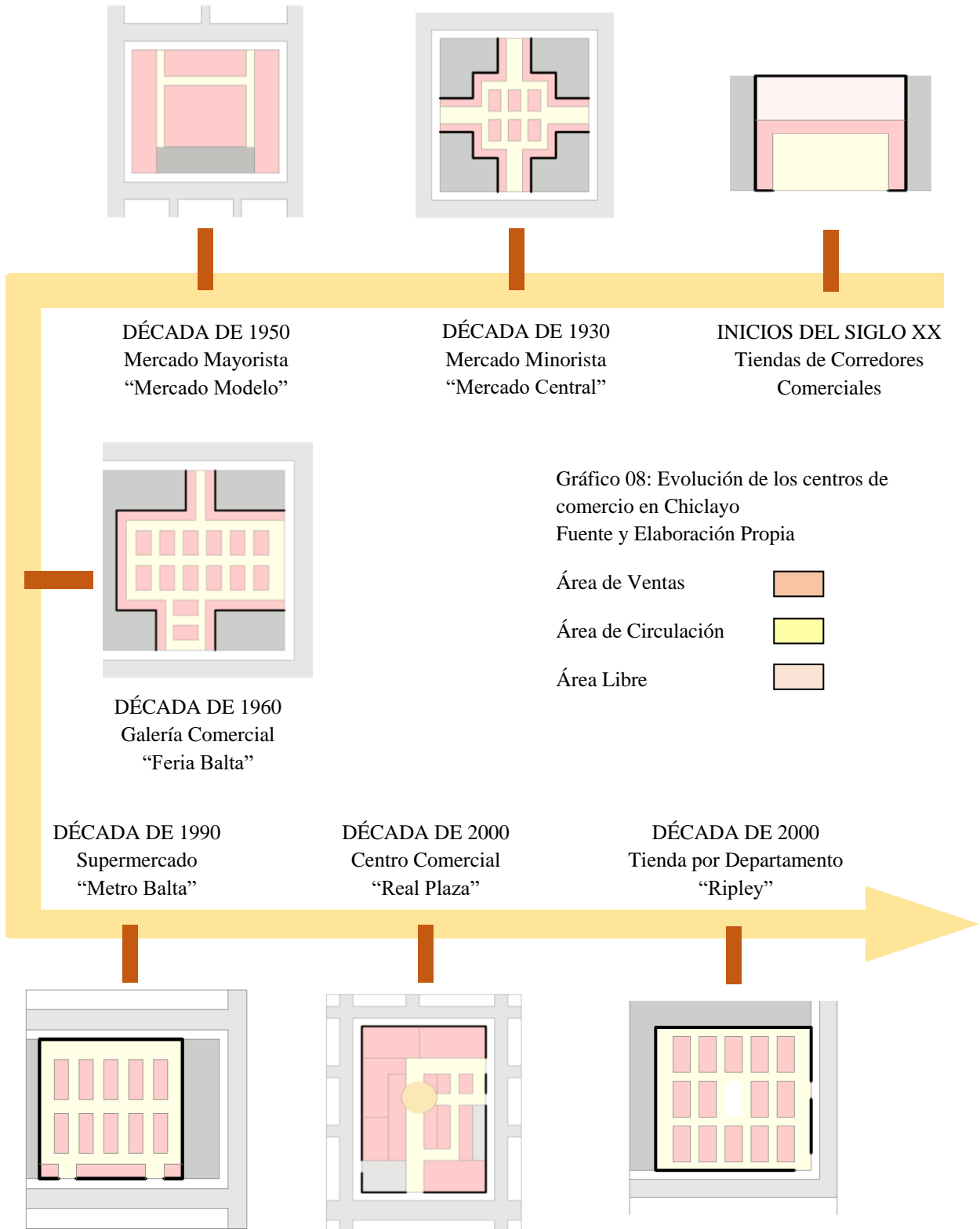
- Centro Principal de Chiclayo
- Área de comercio generado
- Principales vías y corredores
- Presencia de Comercios Mayores
- Puntos de Congestionamiento

De esta manera en la actualidad, Chiclayo cuenta con todo tipo de comercio, acompañado de empresas financieras (bancos, cajas rurales etc.), empresas de servicios (Restaurante, Cines etc.) y entidades de servicios públicos (Oficinas de pagos) que a los ciudadanos les facilita sus consumos, y necesidades.

Por tanto ante el creciente aumento poblacional, que no cesa en Chiclayo, y sigue dándose día a día, nos da una idea que todo esto mencionado llega a abastecer a la población dada (mayor a 800 00 habitantes), pero no es así, la suma de todos estos negocios instalados en el centro de Chiclayo, no logran abastecer a la población actual de la ciudad, generando caos vehicular, peatonal y turgurización comercial, además de que el centro de Chiclayo se ha convertido en un lugar abierto al público para el consumismo con falta de áreas libres, o de estancia, logrando así una ciudad sin imagen, deteriorada, saturada comercialmente y sin desarrollo de nuevos centros de comercio en su periferia urbana.

Evolución de los centros de comercio en Chiclayo.

Con lo descrito anteriormente, denotamos que Chiclayo ha gozado de diferentes tipos de comercio con el paso de los años, diversas tipologías en donde no solo se ve un cambio en tamaño si no en su forma y función.



2.2 BASES TEÓRICAS

Para determinar el tipo de edificio que se quiere llegar en la propuesta, es necesario conocer en la presente investigación las distintas definiciones y teorías acerca de un Centro o Complejo Comercial y Espacio público, a lo cual tenemos los siguientes puntos de vista:

El Reglamento Nacional de Edificaciones RNE en su NORMA A 0.70 COMERCIO, menciona que una edificación comercial está destinada al comercio de bienes y servicios, asimismo indica que un Complejo Comercial es un conjunto de edificaciones independientes conformado por locales comerciales, tiendas por departamento, zonas para recreación activa y pasiva, oficinas entre otros.

Otto Regalado, Cesar Fuentes, Gonzalo Aguirre, Román Miu y Renato Vallejo en su publicación denominada FACTORES CRITICOS DE ÉXITO EN LOS CENTROS COMERCIALES DE LIMA METROPOLITANA Y EL CALLAO indica que un centro comercial es un conjunto de negocios minoristas planificados y desarrollados y son administrados como única propiedad, y su dimensión y orientación de este es determinado por su característica de mercado.

Jordi Borja y Muxi Zaida en su publicación denominada EL ESPACIO PÚBLICO: CIUDAD Y CIUDADANIA infieren que un espacio público es un área en la ciudad donde cualquier poblador tiene el derecho de estar o caminar en cualquier momento del día, es de vital importancia para la sociabilidad de las personas, la falta de este, produce el aislamiento, y la falta de satisfacción de la vida colectiva en un espacio, en los espacios públicos se produce el intercambio de hábitos y enseña la tolerancia, la calidad de los espacios públicos y su gran presencia en la ciudad, definirán a la población. A su vez indica que no debemos confundir un área libre con un espacio público, pues es muy importante su diseño de este, no debemos dejar de lado este aspecto pues, así como traería muchos aspectos positivos en la población, también traería aspectos negativos de no ser un espacio de identificación en los pobladores, ya que generarían brechas y rupturas entre la ciudadanía y la red urbana.

También mencionan que el espacio público no debe ser una área vacía o residual entre las edificaciones y las vías urbanas, tampoco debe ser un área adecuada como que quien va a una exposición, pues debe funcionar más para el ciudadano que para una cantidad de objetos, pues el espacio público debe funcionar como un centro de la política urbanística, para producir descentralización, para revalidar centros históricos, para conectar a la nueva periferia urbana, y para dar identidad a las infraestructuras en la ciudad.

A escala de la ciudad conecta y continua con los distintos sectores urbanos, dándoles autenticidad y jerarquía, este debe ser de fácil acceso para que sirva a todo tipo de población y en cualquier momento del día, como se mencionó antes al servir a todo tipo de población, conlleva al respeto, convivencia y tolerancia entre los ciudadanos. Asimismo, mencionan que el espacio público presenta diferentes dimensiones:

- Dimensión Físico Territorial: este debe ser visible por una cantidad contable o no contable de ciudadanos, y de fácil acceso por parte de cualquier tipo de ellos, y aunque no esté en uso de forma directa, los pobladores se sientan identificados con este como una parte principal de la ciudad, en el cual puedan acudir en cualquier momento, para diferentes actividades, ya que este debe ser adaptable a todo uso con el pasar del tiempo, es de mucha importancia considerar como es su apertura al ciudadano, Borja señala que la dimensión físico

territorial es de suma importancia porque con ella las siguientes dimensiones se articulan de manera organizada.

- Dimensión Política: El acceso a un espacio público de calidad es uno de los ejes centrales de lo que llamamos el derecho a la ciudadanía, en este se debe dar el diálogo entre la administración pública y la población que es la que ejerce el uso de este, dándole así carácter de dominio público, a su vez la ciudadanía es la que le da dinámica debido a su nivel de apropiación, con esto su calificación de espacio público es por la población y no por el planificador o urbanista.

- Dimensión Social: es un sitio de relación social, una particularidad del espacio público, es que es el espacio del anonimato, forma ideal de integración social, nos libera de nuestra clase, raza e idiosincrasia. Nos posiciona con igualdad entre nosotros.

- Dimensión Económica: Probablemente esta dimensión es la que más se ha desequilibrado de todas y esto a que el espacio público en ciudades como Lima, no cumple su función en sí, sino que es el área de espacio laboral de tiempo completo, pero también es de importancia ya que su buen diseño y sin quebrar sus principios, el espacio público como dimensión económica, revalora zonas en desarrollo o de expansión urbana.

- Dimensión Cultural: El espacio público es un sitio de historia, de identidad del ciudadano, y esto a que debe ser monumental, debe representar el pasado y el presente. Es un espacio de expresión, identificación simbólica, e integración cultural.

Muy aparte de las dimensiones que posee un espacio público, debemos inferir de que el espacio público y la ciudad es la población en la calle, es la ciudadanía quien le otorga sentido al espacio público, calificándolo y proporcionándole una escala humana, por dicha razón, nos debemos centrar en primera instancia en conocer y comprender a la población.

Alberto Saldarriaga en su publicación de LA ARQUITECTURA COMO EXPERIENCIA nos indica que el espacio público posee tres aspectos principales que lo convierten de un espacio urbano a un espacio público, que son: la existencia material de áreas libres, población que lo reconozca como tal, y un carácter que acobije a toda la ciudadanía, el espacio urbano no pasa de ser un escenario sin actores, la presencia de la ciudadanía en este es la que le da el carácter de espacio público.

Olivari Feijóo Gisela en su TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO DE ARQUITECTO (URP) menciona que el espacio público debe poseer los siguientes aspectos:

- Titularidad: Puede ser privado o público, ya que, incluso muchas veces se goza de dinamismo y riqueza en los espacios públicos, si es que está presente actividades comerciales o lúdicas, se entiende que cuando la titularidad pasa de privada a pública los usos y las funciones se ven gravemente afectados.

- Poder de convocatoria: Debe de tener varios tipos de usos y por cualquier tipo de persona en cualquier momento.

- Intensidad en la calidad de las relaciones sociales: Todo espacio público debe dar identificación a todo ciudadano que acuda a él.

- Plurifuncional: Área o espacio donde se realicen diferentes tipos de funciones.

- Continuidad con el espacio urbano: Debe dar comunicación con los siguientes espacios público, sin desconectarse con la red urbana.
- Accesibilidad sin restricciones físicas o legales: Su accesibilidad se debe dar para todo tipo de persona, sin discriminación, si este acceso no es bueno o sufre de alguna restricción momentánea el espacio público no será usado.
- Seguro por sí mismo: Debe ser visible a cualquier distancia y por cualquier ciudadano y también comunicativo.
- Flexible: Adaptable a varias situaciones y usos.
- Democrático: Se deben realizar actividades tanto individuales como colectivas.

2.3 REFERENTES

PROYECTOS REALIZADOS

Proyecto: Antara Polanco Fashion Hall
Javier Sordo Madaleno
Ciudad de México – México
(revisar plano página 24)

Proyecto llevado a cabo por Javier Sordo Madaleno, es uno de los centros comerciales más exclusivos de la ciudad de México, su principal característica, es que gran parte de él está al aire libre, lo que le da una apertura visible a todo el público, conectando su espacio público con la red urbana.

ESTADO DE ARTE

Proyecto: Mercado del Ocho
AQSO Arquitectos
Lianyungang – China
(revisar plano página 25)

Proyecto elaborado por AQSO Arquitectos, para la ciudad de Lianyungang en China su principal característica arquitectónica es la combinación de comercio con espacio público, de manera alternada, logrando diversos ingresos o accesos a su zona de comercio por parte del espacio público, cuenta con edificios de dos a tres niveles.

DATOS GENERALES

PROYECTO 01

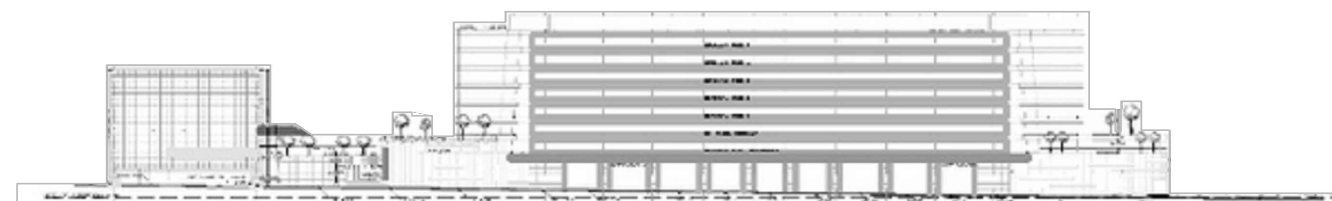
ANTARA POLANCO
FASHION HALL

Javier Sordo Madaleno

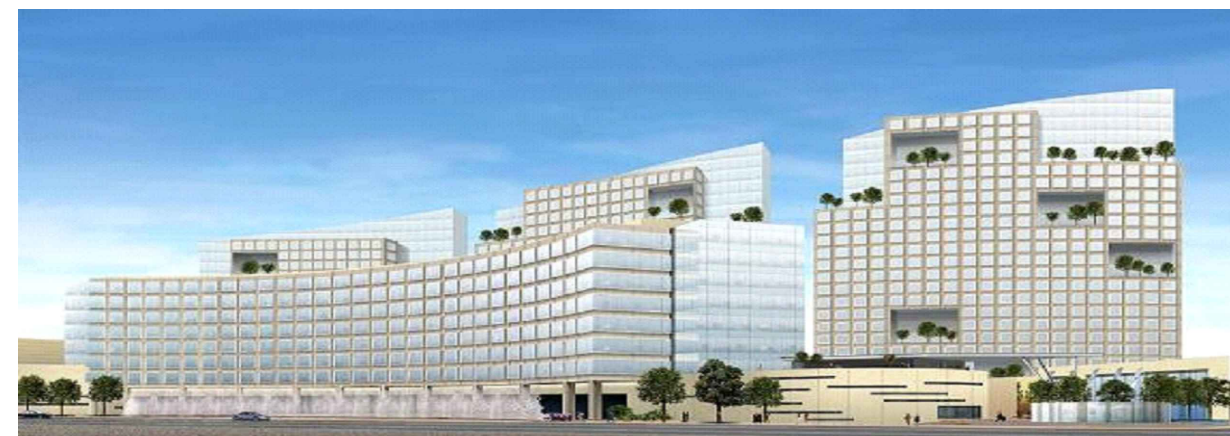
Ciudad de México - México



ELEVACIONES GENERALES

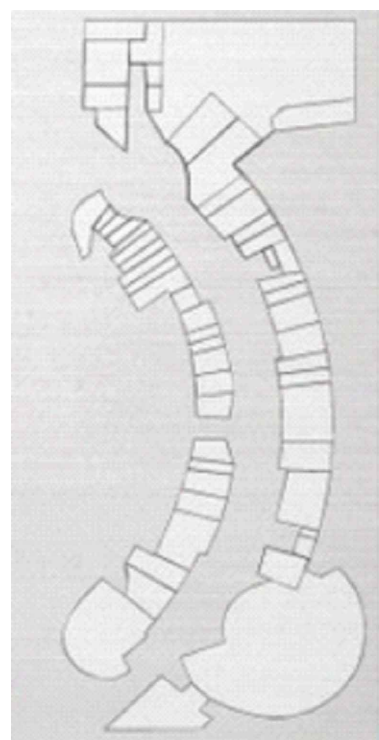


ELEVACIÓN FRONTAL



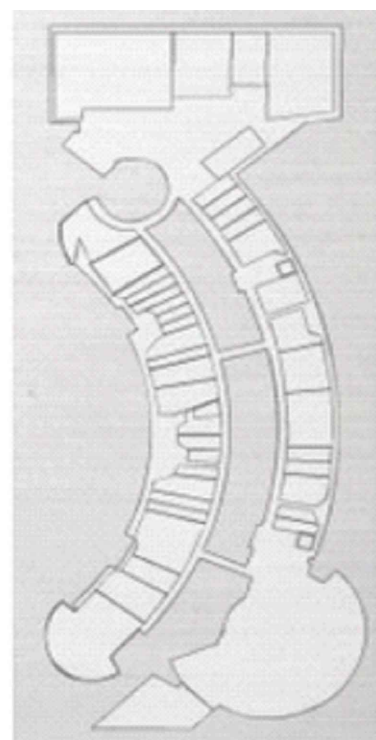
VISTAS GENERALES

PLANTAS GENERALES



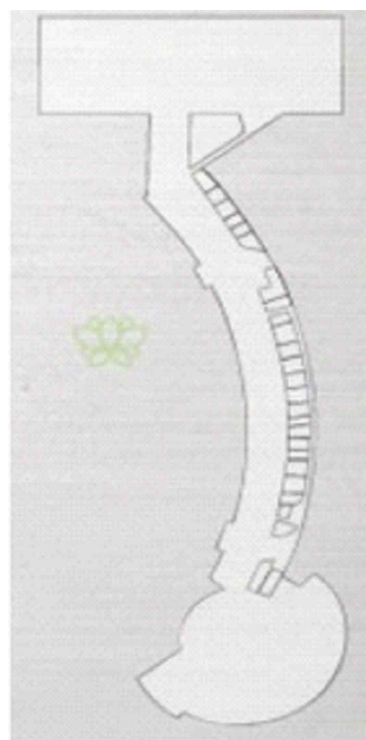
PRIMER NIVEL

EN LA PRIMERA PLANTA TENEMOS 51
LOCALES COMERCIALES, ENTRE LOS
CUALES SE ENCUENTRAN AGENCIAS
FINANCIERAS



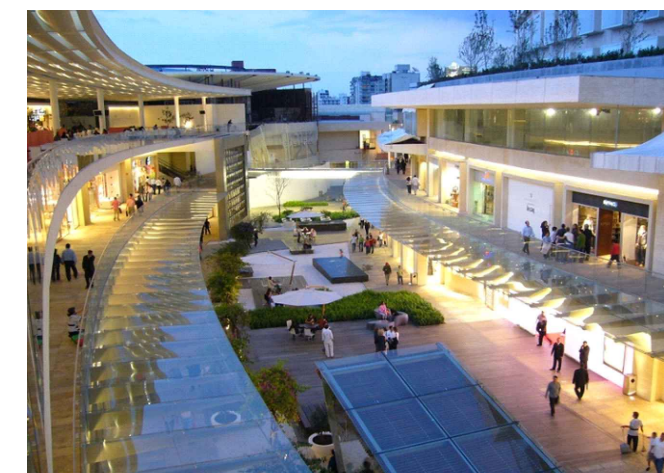
SEGUNDO NIVEL

EN EL SEGUNDO NIVEL SE CUENTA
CON 42 PLANTAS COMERCIALES
ADEMÁS DE QUE SE PUEDEN
VISUALIZAR LAS ÁREAS LIBRES



TERCER NIVEL

EN EL TERCER NIVEL SE TIENEN 27
LOCALES COMERCIALES, ENTRE
LOS QUE ESTÁN EL PATIO DE
COMIDAS



DATOS GENERALES

PROYECTO 02

MERCADO DEL OCHO

AQSO - Arquitectos

Lianyungang - China

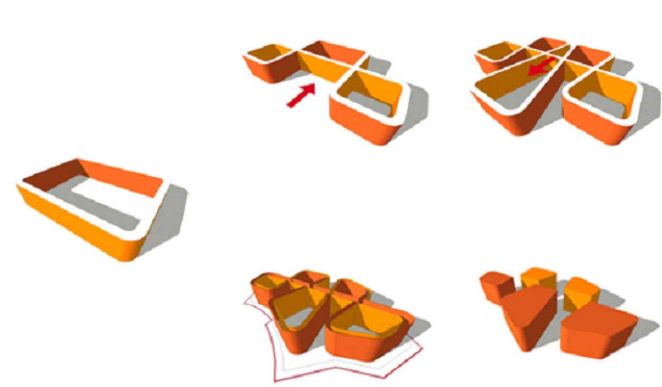


PLANTAS GENERALES



PLANTA PRIMER NIVEL

GENERACIÓN Y VISTAS DEL PROYECTO

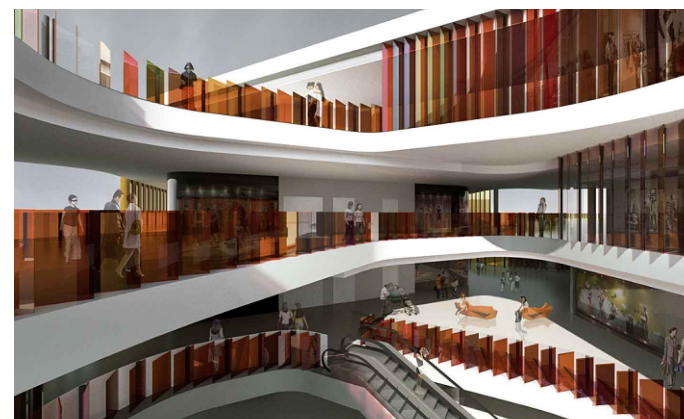


EL PRESENTE PROYECTO ES UN CENTRO COMERCIAL PROYECTADO POR AQSO ARQUITECTOS, PARA LA CIUDAD DE LIANYUNGANG EN CHINA, COMO SE VE EN LAS PLANTAS, Y COMO MENCIONA SU LEMA "REPENSANDO LA CONFIGURACIÓN DE UN MALL TRADICIONAL", ESTE SE ENCUENTRA DIVIDIDO EN 5 BLOQUES QUE A LAS VEZ CADA UNO DE ESTOS BLOQUES INTERACTÚA CON UN ÁREA LIBRE O ESPACIO PÚBLICO.



PLANTA SEGUNDO NIVEL

COMO SE OBSERVA EN LA GENERACIÓN DEL PROYECTO, PARTE DE UNA IDEA DE CENTRO COMERCIAL TRADICIONAL (UNA CAJA CERRADA), PARA QUE LUEGO ESTA FORMA SE VAYA MOLDANDO POR LAS TRAYECTORIAS QUE SE DAN EN EL TERRENO. EN LAS FACHADAS DEL PROYECTO SE OBSERVA UN CERRAMIENTO DE LAMAS POR LA INCIDENCIA SOLAR.



III. MATERIALES Y MÉTODO

3.1 TIPO Y NIVEL DE INVESTIGACIÓN

Investigación Aplicada

3.2 DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

Descriptiva

3.3 POBLACIÓN, MUESTRA Y MUESTREO

Personas que recurran con frecuencia al centro de Chiclayo, para realizar sus actividades económicas, de comercio y recreación.

3.4 CRITERIO DE SELECCIÓN

- Ciudadanos y familias que recurran a centros de comercio. (mercados, supermercados y centros comerciales)
- Ciudadanos que acudan a agencias financieras.
- Familias e individuos que acudan a centros de ocio y entretenimiento.
- Pobladores de las nuevas zonas de la periferia urbana, que acuden al centro de Chiclayo para satisfacer sus necesidades.

3.5 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

- VARIABLES DEPENDIENTE (VD).
Problemática de la Centralización Comercial.
Consolidación de la periferia urbana.
- VARIABLES INDEPENDIENTE (VI).
Complejo Comercial con Espacio Público.

3.6 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Fichas de catalogación y encuestas.

3.7 PROCEDIMIENTOS

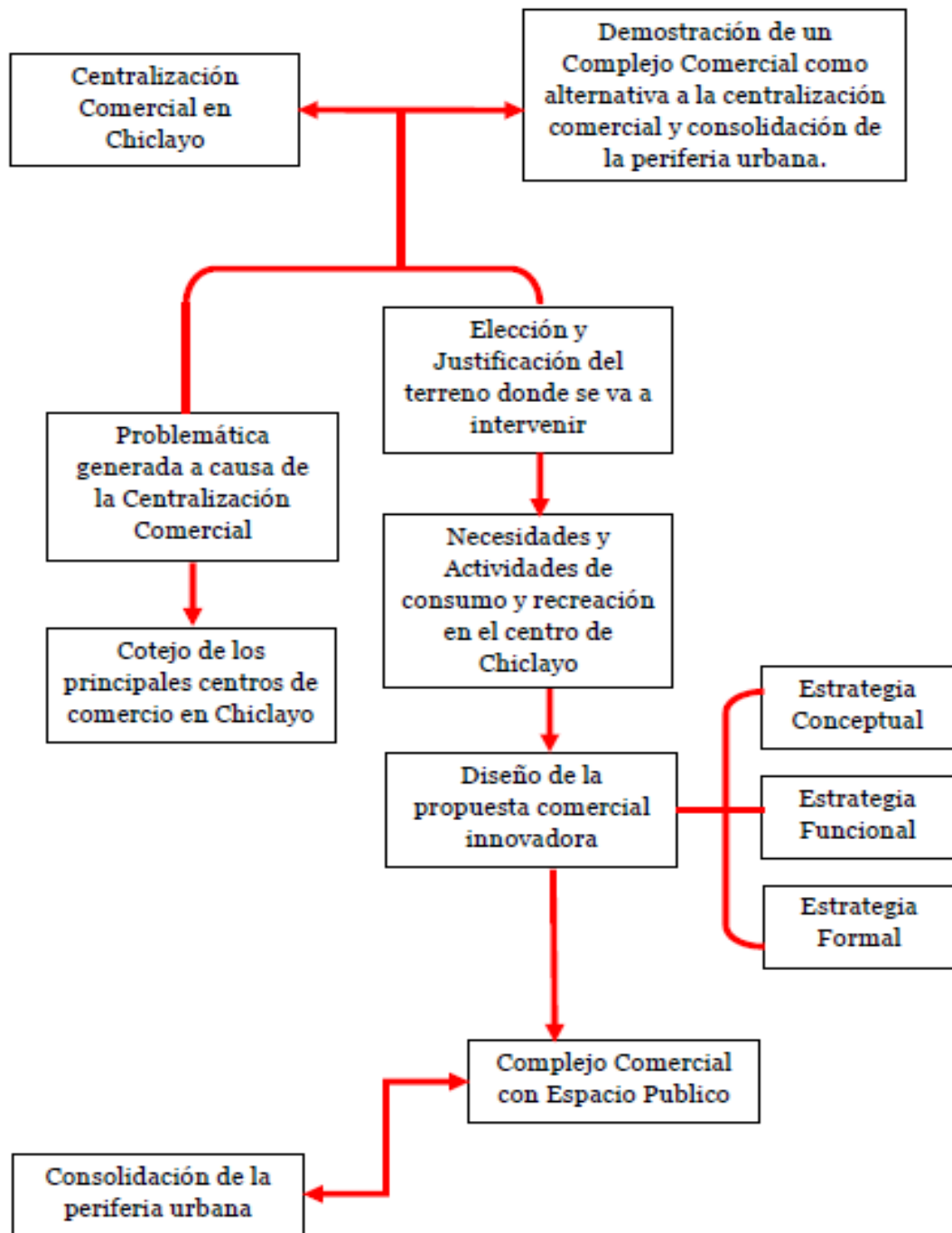
Es necesario describir cómo es que se quiere llegar a la propuesta ideal arquitectónica del Complejo Comercial con Espacio público en el sector 21 y así demostrar que es la alternativa a la centralización comercial en Chiclayo y la consolidación de la periferia urbana. Para ello tenemos que tomar en cuenta los siguientes objetivos:

- 1- Describir las principales problemáticas generadas por la centralización comercial en el centro de Chiclayo.
- 2- Comparar los principales centros de comercio en Chiclayo.
- 3- Localizar nuevos centros de expansión urbana en Chiclayo que requieran el equipamiento de comercio.

Para lograr estos tres primeros objetivos es necesario aplicar por medio de la observación, fichas de catalogación, que nos brinde un diagnóstico certero.

- 4- Reconocer las principales actividades de consumo y recreación en Chiclayo. En este objetivo es necesario aplicar encuestas a la población.
- 5- Evaluar diferentes alternativas tipológicas de comercio y espacio público que permita mostrar una arquitectura innovadora.






3.8 METODOLOGÍA APLICADA



IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 PROBLEMÁTICA GENERADA POR LA CENTRALIZACIÓN COMERCIAL EN CHICLAYO

Los primeros indicios de comercio se dieron a los alrededores del centro de la ciudad, con la presencia de pequeños comercios independientes que ofrecían variedades en productos y servicios. Así debido a la posición estratégica que tiene Chiclayo en cuanto a sus ciudades aledañas, muchos pobladores de estas ciudades buscando su bienestar económico migraron a esta ciudad generando así un crecimiento urbano – poblacional y la vez un problema de centralización y saturación comercial, veamos como se da esta secuencia de problemas:

- Centro Principal de Chiclayo 
- Área de comercio generado 
- Principales vías y corredores 
- Presencia de Comercios Mayores 
- Puntos de Congestionamiento 

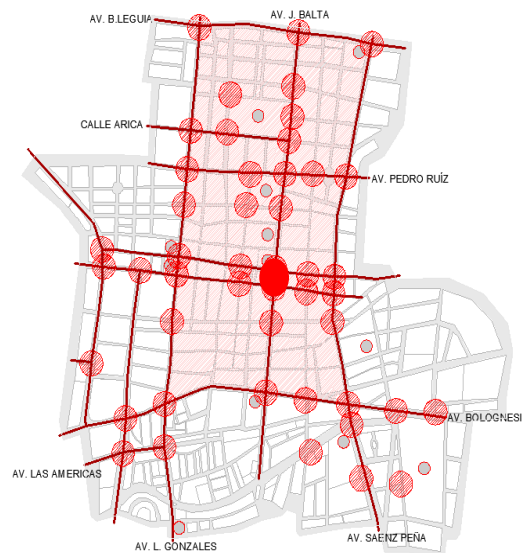
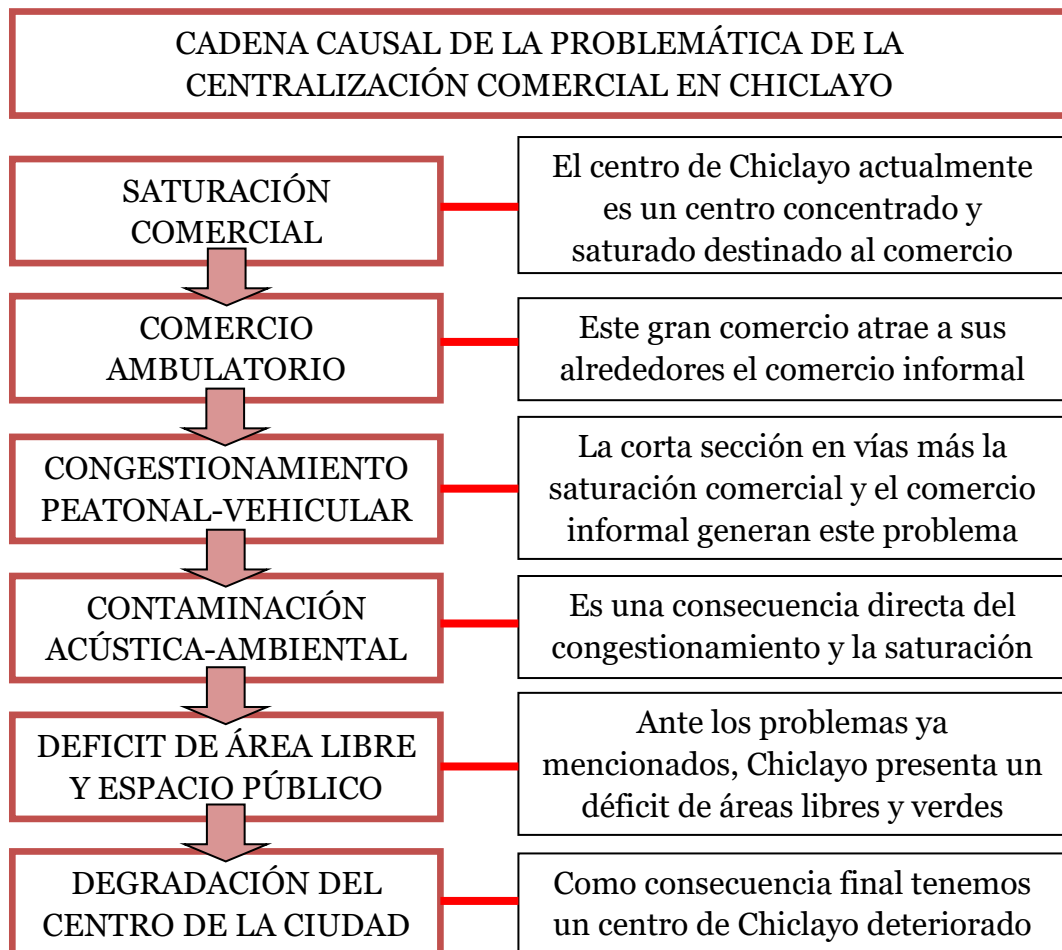


Gráfico 09: Problemática generada en Chiclayo
Fuente y Elaboración Propia



4.1.1 SATURACIÓN COMERCIAL

El Centro de Chiclayo, actualmente es una gran zona destinada al consumismo, en ella encontramos diferentes variedades de tipologías comerciales, como Mercados, Galerías, Supermercados, Corredores, Tiendas por departamentos, Centros comerciales entre otros. Sumado a esto también encontramos empresas de servicios como Restaurantes, Agencias Financieras, Oficinas de Servicios Públicos, Centros de Ocio y Entretenimiento (Discotecas, Casinos etc.) entre otros. Generando así un Chiclayo saturado comercialmente, y esto se puede observar en sus principales calles y avenidas, del interior como del perímetro del centro de la ciudad, donde están instalados estos comercios.

Centro Principal de Chiclayo
 Área de comercio generado
 Principales vías y corredores
 Presencia de Comercios Mayores



Gráfico 10: Áreas de comercio en Chiclayo
 Fuente y Elaboración Propia

Como se aprecia en el grafico 05 el comercio de Chiclayo ha crecido, antes solo las avenidas Pedro Ruiz (Norte), Luis Gonzales (Este), Francisco Bolognesi (Sur) y Sáenz Peña (Este) lo rodeaba, hoy el perímetro ha crecido más hacia el norte, hacia la avenida Augusto B. Leguía por su cercanía al Mercado Moshoqueque, y hacia el sur hasta la avenida Garcilaso de la Vega por su cercanía a los centros comerciales Real Plaza y Open Plaza. Logrando un centro principal lleno de edificaciones comerciales.

A continuación, se describirá cuáles son las principales calles y avenidas donde se evidencia esta actividad económica.

Avenida José Balta

Es la principal Avenida de la ciudad, pues en su recorrido de norte a sur y viceversa, llega y cruza al parque Principal, en ella se dieron las primeras manifestaciones de comercio en Chiclayo, entre sus principales edificaciones comerciales tenemos, El mercado Modelo, El Mercado Central, La Feria Balta, Ripley y Metro de Balta, Agencias de viajes (Emtrafesa, Civa), Agencias Financieras (Banco de Crédito, Banco Continental), además de instituciones como RENIEC, SUNARP, y equipamientos locales como La Catedral y la Municipalidad. La presencia de estas importantes edificaciones ha traído consigo la constitución de comercios menores como restaurantes, farmacias, casinos, tiendas independientes, galerías etc.

Como notamos en el grafico la avenida Balta está comercialmente saturada en ella se encuentran diferentes alternativas de consumo, acompañada de grandes centros de audiencia, y recreación, generando corredores comerciales, restaurantes y diferentes empresas de servicios. En su mayoría más del 90 % de las fachadas de la avenida Balta muestra una empresa de comercio o servicios.

- Mercado Modelo ●
- Feria Balta ●
- Mercado Central ●
- Ripley ●
- Catedral - Municipalidad ●
- Reniec ●
- Metro de Balta ●
- Sunarp ●



Gráfico 11: Comercio en avenida José Balta
Fuente y Elaboración Propia

Avenida Sáenz Peña

Avenida perimetral por el lado este del centro de Chiclayo, de recorrido norte a sur y viceversa, también encontramos diferentes tipologías comerciales, como el Hiper bodega Precio Uno, el Centro Comercial Open Plaza, y algunos comercios menores, esta gran avenida presenta menos porcentaje de comercio en relación a la avenida Balta.

- Híper bodega Precio Uno ●
- Open Plaza ●



Gráfico 12: Comercio en avenida Sáenz Peña
Fuente y Elaboración Propia

Avenida Pedro Ruiz

Avenida principal por el lado norte del centro de Chiclayo, de recorrido este a oeste, también encontramos diferentes tipologías comerciales, en especial La Feria Balta que su gran éxito en Chiclayo ha traído consigo, la imposición de muchos comercios menores como restaurantes, farmacias, tiendas de artefactos, musicales, tiendas para el hogar entre otros. Un 90 % de fachadas de esta avenida presenta comercio o servicios.

- Banco de Crédito ●
- Feria Balta ●



Gráfico 13: Comercio en avenida Pedro Ruiz
Fuente y Elaboración Propia

Avenida Luis Gonzales

Avenida perimetral por el lado Oeste del centro de Chiclayo, de recorrido de sur a norte, encontramos diferentes tipologías comerciales, como el Supermercado Tottus, o Metro, distintas farmacias, veterinarias, hoteles, restaurantes y comercios menores generados por la gran afluencia en esta avenida, Además de contar con equipamientos, como los Hospitales Las Mercedes, Naylamp y la iglesia San Pedro.

Tottus Luis Gonzales	●
Metro Luis Gonzales	●
Hospital Las Mercedes	●
Iglesia San Antonio	●
Hospital Naylamp	●



Gráfico 14: Comercio en avenida Luis Gonzales
Fuente y Elaboración Propia

Avenida Bolognesi

Avenida principal por el lado sur del centro de Chiclayo, de recorrido este a oeste y viceversa, mayormente encontramos empresas de servicios como agencias de viajes (Civa, Línea, Tepsa), Restaurantes, Discotecas, Grifos, Hoteles y Hospitales (Naylamp y Max salud) además del centro comercial más importante de la ciudad Real Plaza y comercio menores aledaños a este.

Discoteca Ozone	●
Hospital Naylamp	●
Línea	●
Petroperú	●
Win Meyer	●
Real Plaza	●



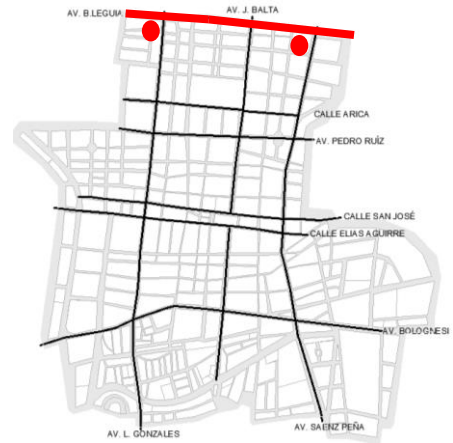
Gráfico 15: Comercio en avenida Bolognesi
Fuente y Elaboración Propia

Avenida Augusto B. Leguía

Avenida perimetral por el lado norte del centro de Chiclayo, de recorrido de este a oeste y viceversa, en ella encontramos distintas tipologías comerciales como Supermercados, Restaurantes, Empresas de Transportes (inter distrital), pero el tipo de comercio principal que se da en toda esta gran vía es la venta de autopartes de vehículos y reparación de estos. Su centro de comercio principal de esta actividad es la Galería Comercial Feria San Lorenzo.

- Feria San Lorenzo ●
- Híper bodega Precio Uno ●

Gráfico 16: Comercio en avenida A. B. Leguía
Fuente y Elaboración Propia

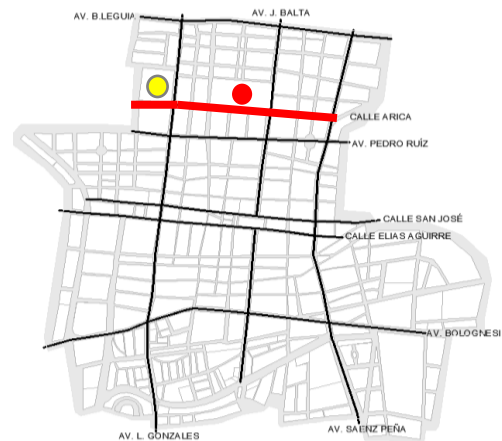


Calle Arica

Avenida principal por el lado norte del centro de Chiclayo, de recorrido oeste a este, la exitosa ubicación y aceptación del mercado Modelo, ha traído consigo que se instalen diferentes tipos de comercio en esta calle y sus calles aledañas, pero el principal inconveniente es que ante toda esta gran aceptación por parte del público ha generado comercio ambulatorio, unos de los más fuertes y problemáticos de la ciudad

- Colegio Manuel Pardo ●
- Mercado Modelo ●

Gráfico 17: Comercio en calle Arica
Fuente y Elaboración Propia

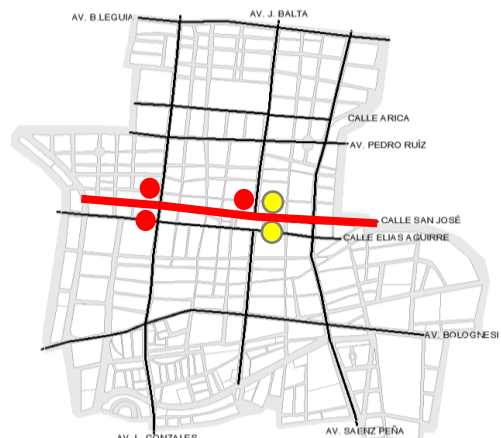


Calle San José

Avenida principal del centro de Chiclayo, de recorrido de este a oeste, encontramos diferentes tipologías comerciales, como tiendas por departamento, supermercados, farmacias, restaurantes, casinos y comercios menores generados por la gran afluencia en esta avenida, además de que cuenta con equipamientos, principales como La Catedral y La Municipalidad

- Tottus Luis Gonzales ●
- Metro Luis Gonzales ●
- Ripley ●
- Municipalidad-SATCH ●
- Catedral de Chiclayo ●

Gráfico 18: Comercio en calle San José
Fuente y Elaboración Propia

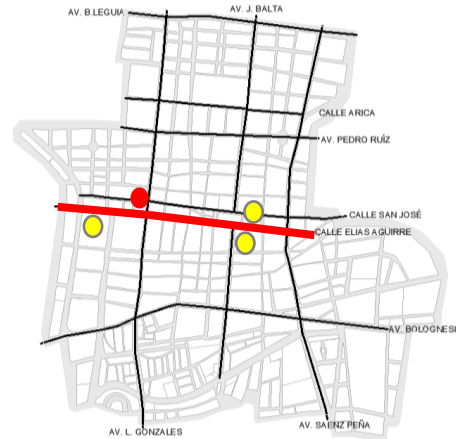


Calle Elías Aguirre

Avenida principal del centro de Chiclayo, de recorrido de oeste a este, donde tenemos comercios, como supermercados, farmacias, restaurantes, casinos, tiendas de ropa y calzado, además de que cuenta con equipamientos, principales como el Banco de la Nación, La Catedral y la Reniec, lo que lo convierte en una de las calles más transitadas de la ciudad.

Banco de la Nación ●
 Metro Luis Gonzales ●
 Catedral de Chiclayo ●
 RENIEC ●

Gráfico 19: Comercio en calle Elías Aguirre
 Fuente y Elaboración Propia

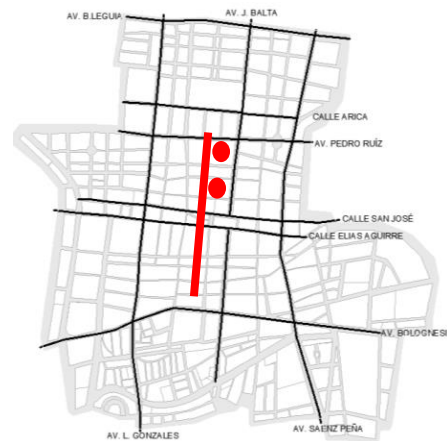


Calle Alfredo Lapoint – Ex Teatro

Avenida principal del centro de Chiclayo, de recorrido de sur a norte, encontramos diferentes tipologías comerciales, como restaurantes, tiendas de ropa y calzado, pero en mayor rango tenemos a las librerías, además de que por esta calle se ingresa a La Feria Balta y el Mercado Central lo que lo convierte en una vía muy transitada y congestionada.

Feria Balta ●
 Mercado Central ●

Gráfico 20: Comercio en calle Alfredo Lapoint
 Fuente y Elaboración Propia



Calle Juan Cuglievan

Avenida principal por el lado oeste del centro de Chiclayo, de recorrido de norte a sur, en su mayoría encontramos empresas dedicadas al hogar como, ferreterías, vidrierías, ventas de pinturas y cerámicos, además presenta un gran tránsito por ser una avenida perimetral del Mercado Modelo.

Mercado Modelo ●

Gráfico 21: Comercio en calle Juan Cuglievan
Fuente y Elaboración Propia



Análisis a los Corredores Comerciales

CORREDORES	TIPOS DE MERCADO						Relación Comercio - Vivienda	Congestionamiento
	MM	Mm	SM	GC	TD	CC		
José Balta	1	1	1	1	1	0	Alto	Alto
Sáenz Peña	0	0	1	0	0	1	Alto	Alto
Pedro Ruíz	0	0	0	1	0	0	Alto	Alto
Luis Gonzales	0	0	2	0	0	0	Alto	Alto
Bolognesi	0	0	0	0	0	1	Medio	Alto
Augusto B. Leguía	0	0	0	1	10	1	Medio	Alto
Arica	1	0	0	0	0	0	Alto	Alto
San José	0	0	2	0	1	0	Alto	Medio
Elías Aguirre	0	0	1	0	0	0	Alto	Alto
Alfredo Lapoint	0	1	0	1	0	0	Alto	Alto
Juan Cuglievan	1	0	0	0	0	0	Medio	Alto

Tabla 01 – Análisis a los corredores comerciales

Fuente y Elaboración Propia – Estudio de campo Aplicado

Como se infiere en la tabla final de síntesis, existe una alta relación de comercio-vivienda en las vías mencionadas, provocando una saturación comercial en el centro de la ciudad, generando un deterioro en Chiclayo por sus altos índices de congestión vehicular, peatonal.

4.1.2 COMERCIO AMBULATORIO

Comercio ambulatorio es aquel que se realiza de manera irregular, actualmente en el Perú o en Chiclayo es característico este tipo de comercio porque se realiza en lugares donde no están acondicionados para su práctica, ocupando espacios públicos o la vía, generando desorden y saturación.

Si bien el centro de Chiclayo presenta una saturación comercial, que se ve reflejado en sus principales avenidas y calles, a este problema se le suma el del comercio ambulatorio, un tipo de comercio menor e informal que se adhiere en comercios de gran éxito. Este se da en todo Chiclayo por lo general, pero mayormente en grandes centros de comercio, como en mercados o galerías, ejemplos de este comercio tenemos en el Mercado Modelo, Feria Balta y Mercado Central.

En este mercado se da la mayor incidencia de comercio ambulatorio en el centro de Chiclayo no solo se da en sus afueras también se da en vías que llegan a este mercado



Gráfico 22: Mercado Modelo
Fuente Google Earth - Elaboración Propia

Este se da en sus afueras, cerca a sus puertas de acceso pero de mayor incidencia en la avenida Pedro Ruiz lo que lo convierte en una vía de gran tránsito y fluidez.



Gráfico 23: Feria Balta
Fuente Google Earth - Elaboración Propia

Al igual que en la Feria Balta se da en sus afueras, en los accesos, pero se da en mayor incidencia en las calles A. Lapoint y la avenida Balta

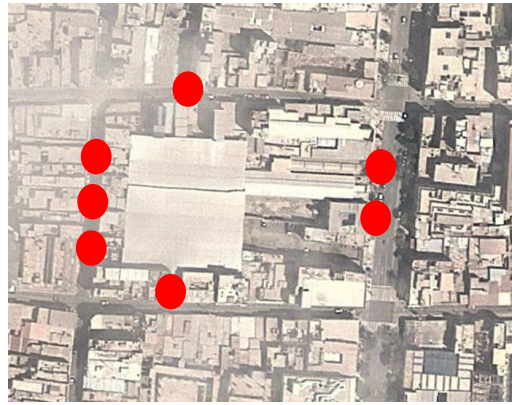


Gráfico 24: Mercado Central
Fuente Google Earth - Elaboración Propia

Comercio Ambulatorio en Chiclayo

	Frente 1	Frente 2	Frente 3	Frente 4
Mercado Modelo	Avenida José Balta	Calle Arica	Calle J. Cuglievan	Calle J. Pardo
	Alto	Alto	Alto	Alto
Mercado Central	Avenida José Balta	Calle Alfredo Lapoint	Calle L. Prado	Calle V. La Vega
	Medio	Alto	Bajo	Bajo
Feria Balta	Avenida José Balta	Calle Alfredo Lapoint	Avenida P. Ruiz	-----
	Alto	Bajo	Alto	

Tabla 02 – Comercio Ambulatorio en Chiclayo
Fuente y Elaboración Propia – Estudio de campo Aplicado

Como bien se precisó el comercio ambulatorio de Chiclayo se da en su mayoría en las afueras de comercios de gran éxito, estos combinados a la pequeña sección de las vías de Chiclayo (pues el centro de Chiclayo no cuenta con vías de gran sección para el tránsito de distintos vehículos) y las grandes afluencias de peatones y vehículos, generan el congestionamiento peatonal-vehicular. Un gran problema que impide la normal fluidez de la ciudad en muchas horas del día. Además de que el comercio ambulatorio, también genera desorden en las vías, sumado a la contaminación ambiental (desechos arrojados por las vías de la ciudad).

4.1.3 CONGESTIONAMIENTO PEATONAL – VEHICULAR

Es necesario saber en cuanto ha crecido la población y el uso de vehículos en Chiclayo, pues estos dos factores sumados a la saturación comercial y el comercio ambulatorio, generan este congestionamiento peatonal – vehicular en la ciudad.

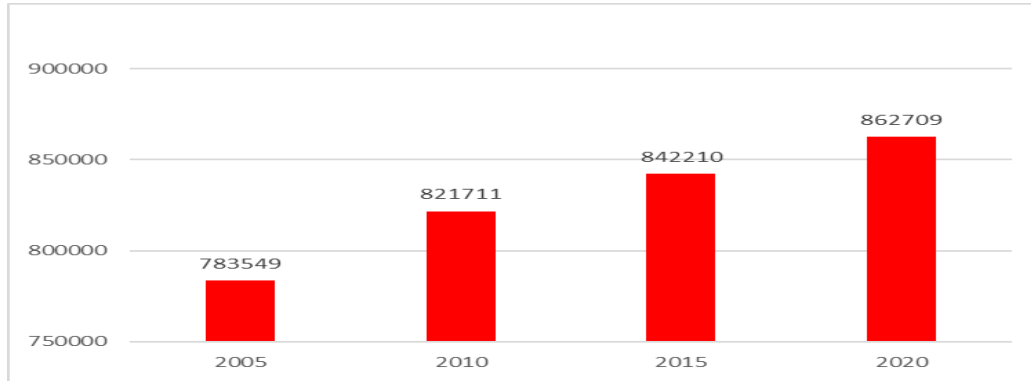


Tabla 03 – Población estimada en Chiclayo

Fuente INEI / Estadísticas / Perú: Estimaciones y Proyecciones de Población por Departamento, Provincia y Distrito 2018-2020

Como se ve en el primer gráfico con una población de 862,709 la ciudad de Chiclayo está cerca de llegar al millón de habitantes, probablemente se de en los siguientes años, veamos cómo se manifiesta este crecimiento en sus principales distritos que componen la ciudad.

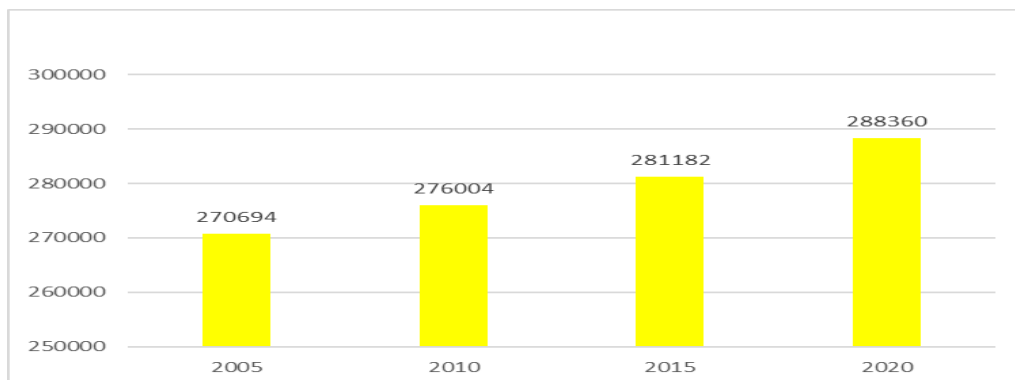


Tabla 04 – Población estimada en el distrito de Chiclayo

Fuente INEI / Estadísticas / Perú: Estimaciones y Proyecciones de Población por Departamento, Provincia y Distrito 2018-2020

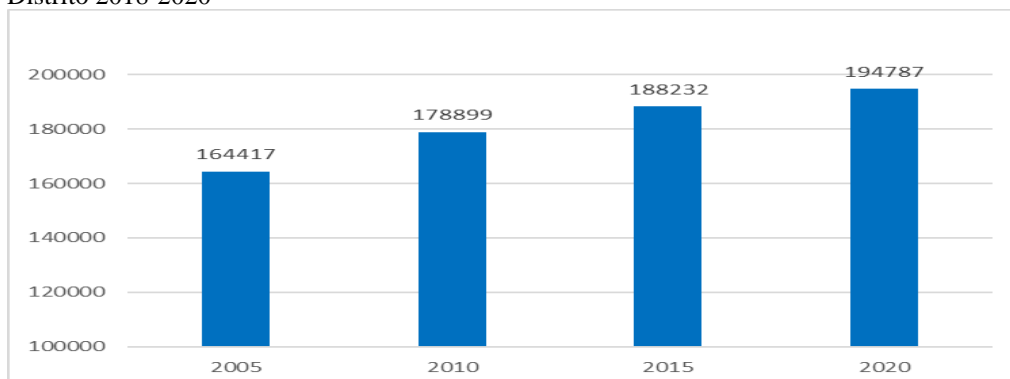


Tabla 05 – Población estimada en el distrito de José Leonardo Ortiz

Fuente INEI / Estadísticas / Perú: Estimaciones y Proyecciones de Población por Departamento, Provincia y Distrito 2018-2020

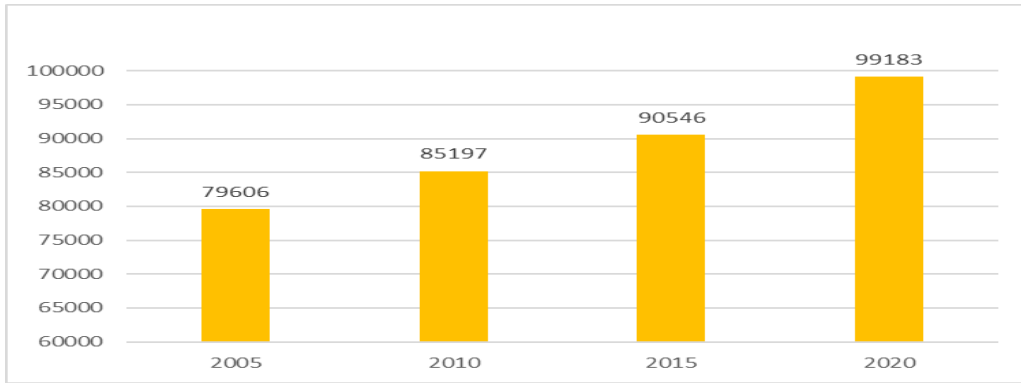


Tabla 06 – Población estimada en el distrito de La Victoria

Fuente INEI / Estadísticas / Perú: Estimaciones y Proyecciones de Población por Departamento, Provincia y Distrito 2018-2020

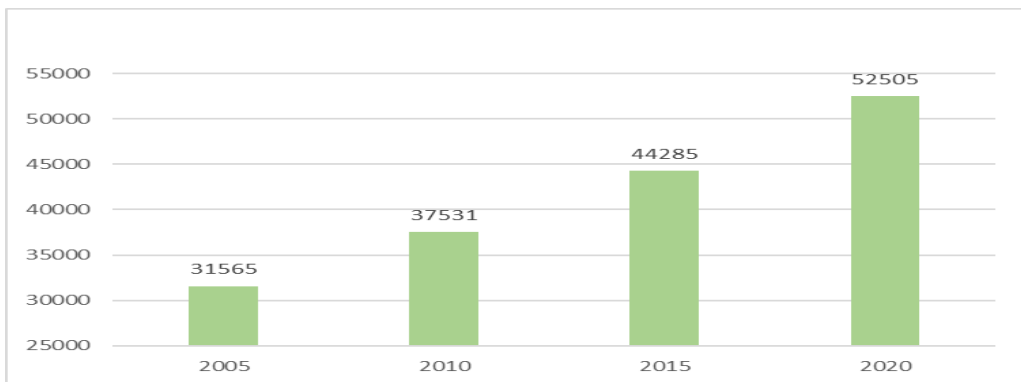


Tabla 07 – Población estimada en el distrito de Pimentel

Fuente INEI / Estadísticas / Perú: Estimaciones y Proyecciones de Población por Departamento, Provincia y Distrito 2018-2020

Viéndose estas tablas se infiere que todos los distritos de Chiclayo han tenido un considerable crecimiento, pero el distrito de Pimentel ubicado en la zona sur oeste, es el de mayor crecimiento ya que ha crecido en un 50 % de su población en los últimos 11 años, curiosamente la mayor parte de las nuevas urbanizaciones de Chiclayo están ubicadas en la zona sur oeste cerca al distrito de Pimentel.

Sumado a este aumento poblacional, en Chiclayo también se viene dando un alto crecimiento vehicular, donde en los últimos ocho años ha sido de bastante consideración.

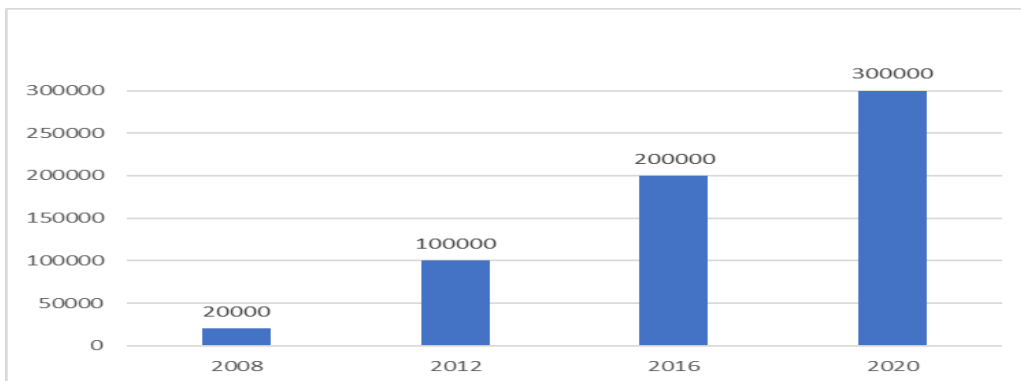


Tabla 08 – Crecimiento Vehicular - Venta de autos en Chiclayo

Fuente INEI / Compendio Estadístico Departamental 2013

Como se aprecia en las tablas el crecimiento urbano-poblacional y vehicular no cesa en Chiclayo y los residentes de todas las zonas cercas al centro de la ciudad con los pobladores de diferentes distritos o provincias de Chiclayo, siempre acuden a su centro, bien sea caminando o en vehículo, generando esta congestión y deterioro en muchas horas del día.

Y es que Chiclayo desde sus primeros años siempre tuvo vías de pequeña sección, solo algunas como las perimetrales poseen una sección para el tránsito de varios vehículos.

Además, como en la mayoría de las vías de Chiclayo debido a una pésima gestión de las autoridades, y sumado a los últimos problemas generados por el fenómeno del niño, han convertido estas vías en caminos intransitables, donde uno a diario no solo enfrenta la alta demanda de vehículos que circulan sino también a sus deterioros en ellas, ocasionando más demora y congestión.

Así pues, en Chiclayo tenemos los siguientes tipos de vías:

4.1.3.1 Avenidas en el centro de Chiclayo

De tres carriles a más (transitan de tres a más vehículos a la vez), y en algunas ocasiones en ambos sentidos, son las principales vías que alimentan y desfogon a Chiclayo, Entre las principales avenidas tenemos, José Balta, Sáenz Peña, Luis Gonzales, José L. Ortiz, Augusto B. Leguía, Pedro Ruiz, Salaverry, Bolognesi, y Garcilaso de la Vega, a pesar de contar con varias avenidas siempre la gran incidencia de consumidores que acuden al centro de Chiclayo caminado o en vehículo provoca el gran congestionamiento vehicular y peatonal.

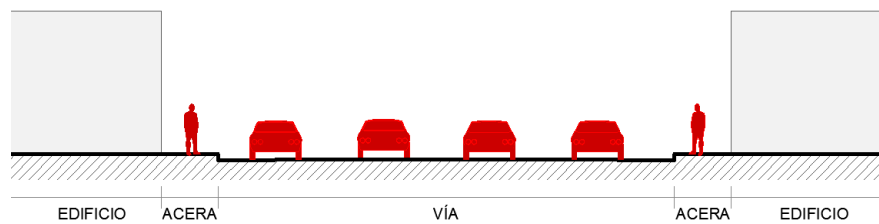


Gráfico 25: Esquema General de una avenida en Chiclayo
Fuente y Elaboración Propia

La Avenida Grau es una de las principales vías de Chiclayo, cuenta con dos carriles en cada sentido, por ella ingresan y salen los vehículos al centro de la ciudad, hoy en día presenta diferentes baches que no han sido subsanados, lo que ocasiona demora en el tránsito vehicular.



Foto 01: Avenida Miguel Grau
Fuente Propia

Sáenz Peña también es una de las principales avenidas de Chiclayo, contando con dos carriles en cada sentido, por esta vía los distritos de José L. Ortiz (por el norte) y La Victoria (por el sur) ingresan al centro de la ciudad, actualmente también cuenta con fuertes problemas, de tránsito.



Foto 02: Avenida Sáenz Peña
Fuente Propia

4.1.3.2 Calles en el centro de Chiclayo

De dos carriles (transitan dos vehículos a la vez) y en algunas ocasiones de dos sentidos, son vías que alimentan y a la vez recorren el centro de Chiclayo, entre las principales calles tenemos, Arica, San José, Elías Aguirre y Manuel María Izaga. Al igual que en las avenidas en horas punta y por la gran incidencia del público, las calles de Chiclayo presentan grandes problemas de congestión vehicular y peatonal en Chiclayo.

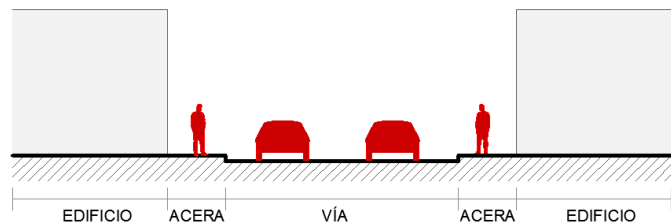


Gráfico 26: Esquema General de una calle en Chiclayo
Fuente y Elaboración Propia

San José es una de las principales calles de Chiclayo, cuenta de 2 y 3 carriles en un solo sentido, cruza el centro principal de la ciudad, al igual que en la mayoría de las vías de Chiclayo presenta fuertes problemas de transitabilidad, a causa de los daños en sus tramos no subsanados.



Foto 03: Calle San José
Fuente Propia

Pedro Ruiz también es una de las principales vías de Chiclayo, cuenta de 2 y 3 carriles en un solo sentido, cruza tangencialmente el centro de Chiclayo, también presenta fuertes problemas de transitabilidad a causa de los baches no subsanados.



Foto 04: Calle Pedro Ruiz
Fuente Propia

4.1.3.3 Calles de un carril en el centro de Chiclayo

De un solo carril (transitan un vehículo a la vez) y en un solo sentido, son vías que recorren el centro de Chiclayo, y las que generan en muchas horas el congestionamiento vehicular, debido a su lento paso de vehículos en ellas. Entre las principales calles de un carril tenemos: 7 de enero, Alfredo Lapoint, Juan Cuglievan, Alfonso Ugarte, Pasaje Colón, Vicente de la Vega, Lora y Cordero, José Pardo, Tacna entre otras más, pues el Centro de Chiclayo presenta gran cantidad de estas vías. Al igual que en las avenidas y calles en este tipo de vías el paso de vehículos es más dificultoso y por ende es más congestionado.

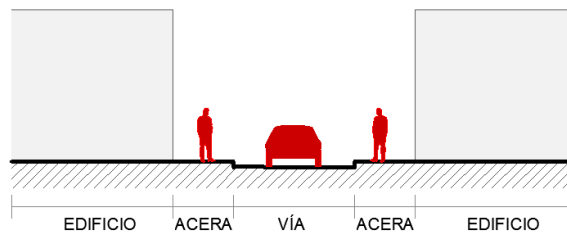


Gráfico 27: Esquema General de una calle de un carril en Chiclayo
Fuente y Elaboración Propia

El centro de Chiclayo presenta una gran cantidad de calles de un solo carril, Alfredo Lapoint es una de estas, donde no solo presenta altos problemas de congestionamiento vehicular, sino también de problemas con deterioros de vías como se ha mencionado anteriormente.



Foto 05: Calle Alfredo Lapoint
Fuente Propia

Congestionamiento vehicular en determinadas horas de las principales vías del centro de Chiclayo

Avenidas	6am 8am	8am 10am	10am 12pm	12pm 2 pm	2pm 4pm	4pm 6pm	6pm 8pm	8pm 10pm
José Balta	Bajo	Alto	Medio	Alto	Medio	Alto	Alto	Medio
Sáenz Peña	Bajo	Alto	Medio	Alto	Medio	Alto	Alto	Medio
Luis Gonzales	Bajo	Alto	Medio	Alto	Medio	Alto	Alto	Medio
A.B. Leguía	Alto	Alto	Alto	Alto	Medio	Alto	Alto	Alto
Pedro Ruiz	Bajo	Alto	Medio	Alto	Medio	Alto	Alto	Medio
Bolognesi	Bajo	Medio	Medio	Alto	Medio	Alto	Alto	Alto
Calles	6am 8am	8am 10am	10am 12pm	12pm 2 pm	2pm 4pm	4pm 6pm	6pm 8pm	8pm 10pm
Arica	Bajo	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto	Medio	Medio
San José	Bajo	Medio	Alto	Alto	Medio	Alto	Alto	Medio
Elías Aguirre	Bajo	Medio	Alto	Alto	Medio	Alto	Alto	Medio
M.M. Izaga	Bajo	Medio	Medio	Alto	Medio	Medio	Alto	Medio
Calles de un carril	6am 8am	8am 10am	10am 12pm	12pm 2 pm	2pm 4pm	4pm 6pm	6pm 8pm	8pm 10pm
7 de enero	Bajo	Bajo	Medio	Alto	Medio	Medio	Alto	Alto
A. Lapoint	Bajo	Medio	Alto	Alto	Medio	Medio	Alto	Alto
J. Cuglievan	Bajo	Medio	Medio	Alto	Medio	Medio	Alto	Alto
V. de la Vega	Bajo	Bajo	Medio	Alto	Medio	Medio	Alto	Alto
Lora y Cordero	Bajo	Bajo	Medio	Alto	Medio	Medio	Alto	Medio
José Pardo	Bajo	Bajo	Medio	Alto	Medio	Medio	Alto	Medio

Tabla 09 – Congestionamiento vehicular en determinadas horas de las principales vías del centro de Chiclayo
Fuente y Elaboración Propia – Estudio de campo Aplicado

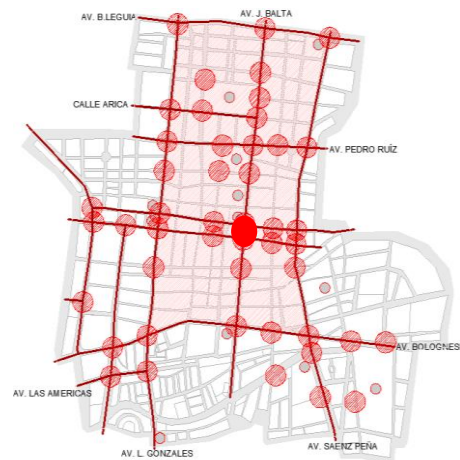
Como se infiere en la tabla 9, gran cantidad de horas al día las principales vías de Chiclayo cuentan con una congestión de media a alta, generando una contaminación acústica y un deterioro en la ciudad.

Chiclayo además no cuenta con espacios públicos o de estancia, ante un centro de vías pequeñas sin áreas de aparcamiento y saturado comercialmente.

Centro Principal de Chiclayo
Área de comercio generado
Principales vías y corredores
Presencia de Comercios Mayores
Puntos de Congestionamiento



Gráfico 28: Centro de Chiclayo en la actualidad
Fuente y Elaboración Propia



Como ya se apreció en el gráfico 28 el centro de Chiclayo se está saturando de edificaciones comerciales, ambulantes y grandes empresas de productos y servicios, el área comercial de la ciudad se ha extendido, pero ese no es el problema, el problema es el deterioro

que se da a la ciudad, el congestionamiento peatonal, vehicular y la saturación comercial, en diferentes vías y cruces de estas son las consecuencias de este crecimiento que se sigue dando día a día, pues Chiclayo todos los días a diferentes horas “punta” colapsa y no permite más paso tanto de residentes y vehículos.

Con todo lo ya mencionado tomemos en cuenta el nuevo problema de contagios generado por la pandemia a causa del virus Covid 19, donde a mayor concurrencia por parte de la población al centro de Chiclayo, mayores son los índices de contagio, y esto gracias a los problemas anteriormente mencionados, como la saturación comercial, el comercio ambulatorio y el congestionamiento peatonal-vehicular.

4.1.4 CONTAMINACIÓN ACÚSTICA – AMBIENTAL

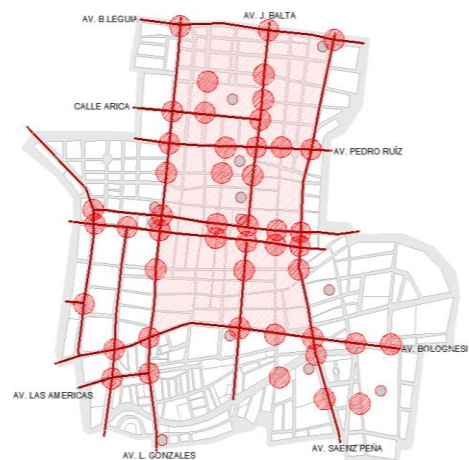
El centro de Chiclayo, ya presenta varios problemas, desde la saturación comercial, el comercio ambulatorio e informal y el congestionamiento peatonal-vehicular.

Esto trae consigo varios tipos de contaminaciones en la ciudad, los cuales divido en dos, que son: La Contaminación Acústica y La Contaminación Ambiental. Pero en donde es que se puede dar este tipo de contaminaciones.

Probablemente la contaminación acústica se da en las avenidas más importantes comercialmente y transitadas, pues con la acumulación de vehículos y peatones en determinadas horas y la gran existencia de comercios, genera este tipo de contaminación.

Área de comercio
 Principales vías
 Contaminación Acústica

Gráfico 29: Contaminación acústica en Chiclayo
 Fuente y Elaboración Propia



Esta contaminación se produce en las determinadas “Horas punta” de Chiclayo, en la intersección de sus vías, y en el paso de estas, distintos sonidos como los de megáfonos (claxon de vehículos), perifoneo (publicidad emitida por vehículos), son escuchados en todo momento, a esto se les suma el sonido producido por los peatones, vehículos públicos y privados que transitan más el sonido que pueden emitir distintas empresas de productos y servicios.

A continuación, en la tabla 10 los datos son similares a los de la tabla 5 debido a que la contaminación acústica es consecuencia directa de la congestión vehicular, pues el tráfico generado en estas vías en ocasiones se trata de solucionar emitiendo todo tipo de sonidos.

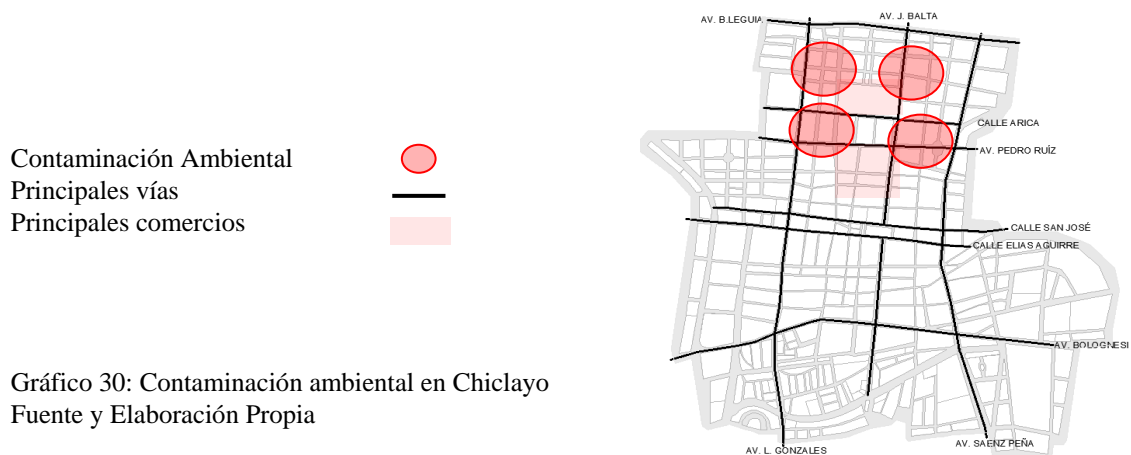
Incidencia de Contaminación acústica en las principales vías del centro de Chiclayo

Avenidas	6am 8am	8am 10am	10am 12pm	12pm 2 pm	2pm 4pm	4pm 6pm	6pm 8pm	8pm 10pm
José Balta	Bajo	Alto	Medio	Alto	Medio	Alto	Alto	Medio
Sáenz Peña	Bajo	Alto	Medio	Alto	Medio	Alto	Alto	Medio
L. Gonzales	Bajo	Alto	Medio	Alto	Medio	Alto	Alto	Medio
A.B. Leguía	Alto	Alto	Alto	Alto	Medio	Alto	Alto	Alto
Pedro Ruiz	Bajo	Alto	Medio	Alto	Medio	Alto	Alto	Medio
Bolognesi	Bajo	Medio	Medio	Alto	Medio	Alto	Alto	Alto
Calles	6am 8am	8am 10am	10am 12pm	12pm 2 pm	2pm 4pm	4pm 6pm	6pm 8pm	8pm 10pm
Arica		Alto	Alto	Alto	Alto	Alto	Medio	Medio
San José	Bajo	Medio	Alto	Alto	Medio	Alto	Alto	Medio
E. Aguirre	Bajo	Medio	Alto	Alto	Medio	Alto	Alto	Medio
M.M. Izaga	Bajo	Medio	Medio	Alto	Medio	Medio	Alto	Medio
Calles de un carril	6am 8am	8am 10am	10am 12pm	12pm 2 pm	2pm 4pm	4pm 6pm	6pm 8pm	8pm 10pm
7 de enero	Bajo	Bajo	Medio	Alto	Medio	Medio	Alto	Alto
A. Lapoint	Bajo	Medio	Alto	Alto	Medio	Medio	Alto	Alto
J. Cuglievan	Bajo	Medio	Medio	Alto	Medio	Medio	Alto	Alto
V. de la Vega	Bajo	Bajo	Medio	Alto	Medio	Medio	Alto	Alto
Lora y Cordero	Bajo	Bajo	Medio	Alto	Medio	Medio	Alto	Medio
José Pardo	Bajo	Bajo	Medio	Alto	Medio	Medio	Alto	Medio

Tabla 10 – Contaminación acústica en las principales vías del centro de Chiclayo

Fuente y Elaboración Propia – Estudio de campo Aplicado

Y en cuanto a la contaminación ambiental se da en todo el centro de Chiclayo en su totalidad, por el arrojado de desperdicios generados por la mayoría de los comercios, aunque se puede recalcar que en una gran mayoría se puede dar en las afueras de los comercios de gran éxito, como el Mercado Modelo.



Como observaremos en las imágenes, la saturación comercial, el comercio ambulante, el congestionamiento peatonal-vehicular, generan esta contaminación a la hora de arrojado de desperdicios.



Foto 06: Contaminación en el Mercado Modelo
Fuente Propia



Foto 07: Contaminación en la FERIA BALTA
Fuente Propia



Foto 08: Contaminación en el Mercado Modelo
Fuente Propia

Incidencia de Contaminación ambiental en los principales centros de comercio en Chiclayo

	Frente 1	Frente 2	Frente 3	Frente 4
Mercado Modelo	Avenida J. Balta	Calle Arica	Calle J. Cuglievan	Calle J. Pardo
	Alto	Alto	Alto	Alto
Mercado Central	Avenida J. Balta	Calle A. Lapoint	Calle L. Prado	Calle V. La Vega
	Medio	Alto	Bajo	Bajo
Feria Balta	Avenida J. Balta	Calle A. Lapoint	Avenida P. Ruiz	-----
	Medio	Bajo	Alto	

Tabla 11 –Contaminación ambiental en los principales centros de comercio en Chiclayo
Fuente y Elaboración Propia – Estudio de campo Aplicado

Como se infiere en la tabla 11 los datos son similares a los de la tabla 4 debido a que la contaminación ambiental es consecuencia directa de la saturación comercial y el comercio ambulatorio descontrolado, este tipo de contaminación se da en las afueras de los centros de comercio de gran éxito, en sus vías que lo rodean.

4.1.5 DÉFICIT DE ÁREAS LIBRES Y ESPACIO PÚBLICO

Ya visto, los problemas de la centralización comercial de Chiclayo a este se le suma un déficit importante que atraviesa la ciudad. Este es el de áreas libres y verdes. Como bien indica la norma toda ciudad debe contar con un 20 % de área verde, y estos pueden estar presentes en parques, plazas, espacios públicos entre otros.

- 1 - Vivero de Chiclayo
- 2 - Plazuela Elías Aguirre
- 3 - Parque Principal
- 4 - Parque Eloy Ureta
- 5 - Paseo de Las Musas



Gráfico 31: Áreas Verdes en Chiclayo
Fuente y Elaboración Propia



Foto 09: Parque Principal
Fuente Propia



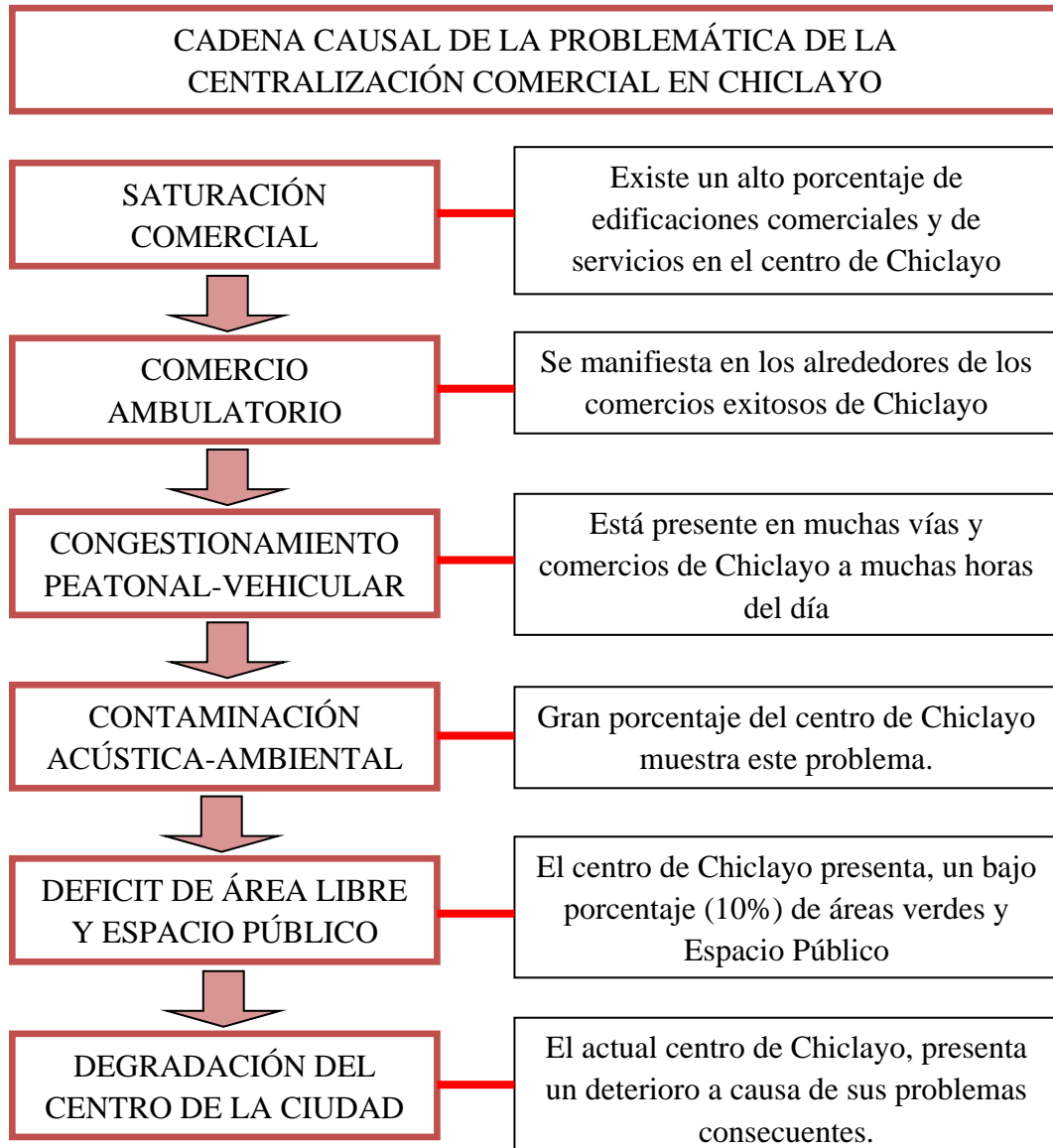
Foto 10: Plazuela Elías Aguirre
Fuente Propia



Foto 11: Paseo Las Musas
Fuente Propia

Pero este es un gran inconveniente en la imagen de Chiclayo, ya que, al alto grado de saturación comercial, muchas manzanas carecen de estos espacios de interacción de los ciudadanos y de pulmones de la ciudad, que presentan a Chiclayo como una ciudad sin un gozo de áreas libres de estancia. Pues como se observa en la imagen el área verde no ocupa ni el 10% del centro de Chiclayo.

4.1.6 DEGRADACIÓN DEL CENTRO DE LA CIUDAD



Finalmente, se deducen diferentes problemas por la centralización comercial de Chiclayo, uno consecuente de otro, pues, la saturación comercial, genera comercio ambulatorio, este a su vez genera congestión peatonal-vehicular y contaminación acústica-ambiental sumado al déficit de áreas verdes, provocan un gran deterioro en la imagen de la ciudad.

Si bien como afirma Jordi Borja, los espacios públicos son de vital importancia para la sociabilización de la vida colectiva, pero ante el déficit de áreas verdes o áreas libres, y con los problemas anteriormente mencionados, es muy difícil que se de esta cualidad, pues con la contaminación, el congestiónamiento y la degradación, de la ciudad, provocan una falta de identidad del poblador con el centro de Chiclayo, y solo ven a este como un área destinada al consumismo, mas no a la estancia donde se desarrollen las relaciones colectivas.

4.2 COTEJO DE LOS PRINCIPALES CENTROS DE COMERCIO EN CHICLAYO

Habiéndose mencionado los distintos problemas generados por la centralización comercial, es preciso mencionar que tipos de comercios presenta este centro de Chiclayo, saber cómo es su tipología, que beneficios brinda, y que problemática genera, pues como se sabe Chiclayo presenta diferentes alternativas en esta actividad.

A continuación, se mostrará una clasificación de distintas tipologías comerciales, y sus ejemplos más característicos, veamos que tenemos:



Foto 12: Feria Balta
Fuente Propia



Foto 13: Real Plaza
Fuente Propia

4.2.1 COMERCIO INDEPENDIENTE EN VÍAS O CORREDORES COMERCIALES

Según el PDU de Chiclayo identifica a los corredores comerciales, a las vías con un alto índice comercial estos pueden contar con casas comercio, o locales comerciales de varios niveles. Es el mayor tipo de comercio que se da en el centro de Chiclayo, más de un 70 % se ve reflejado en él, donde contamos con los siguientes tipos:

- Librerías
- Farmacias
- Gasolineras
- Bodegas
- Tiendas de Ropa
- Tiendas de calzado
- Imprentas
- Restaurantes
- Peluquerías
- Clínicas
- Discotecas
- Empresas de Transporte

Sería impreciso mencionar a todas estas pues, son cientos las que presenta el centro de Chiclayo, pero si es importante saber cómo funciona y su tipología de algunos de estos modelos. Veamos y analicemos algunos tipos de este comercio:

Tienda de Ropa – Walon (Ejemplo de muestra)

Ubicación: Av. Balta

Área: 48 m² Aforo: 8 personas

Estacionamiento: No presenta, usa el estacionamiento público

Problemática: Se genera en sus afueras congestión peatonal y vehicular cuando el centro de Chiclayo se encuentra en sus horas punta y de mayor afluencia.

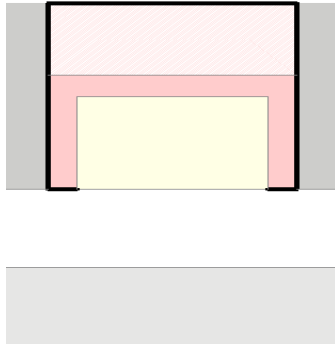


Gráfico 32: Tienda de ropa Walon
Fuente y Elaboración Propia

Foto 14: Tienda de ropa Walon
Fuente Propia

Almacén Circulación Área de Ventas Acera Vía Pública

Tienda de Calzado – Bata (Ejemplo de muestra)

Ubicación: Av. Balta

Área: 80 m² Aforo: 16 personas

Estacionamiento: No presenta, usa el estacionamiento público

Problemática: Se genera en sus afueras congestión peatonal y vehicular cuando el centro de Chiclayo se encuentra en sus horas punta y de mayor afluencia.

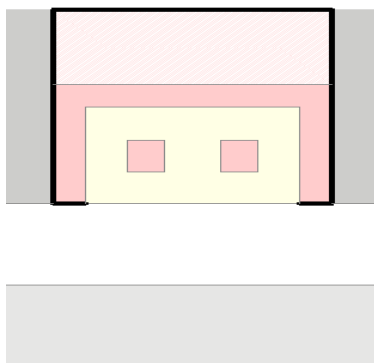


Gráfico 33: Tienda de calzado Bata
Fuente y Elaboración Propia

Foto 15: Tienda de calzado Bata
Fuente Propia

Almacén Circulación Área de Ventas Acera Vía Pública

Farmacia, Botica – Inka Farma (Ejemplo de muestra)

Ubicación: Calle Elías Aguirre

Área: 54 m² Aforo: 11 personas

Estacionamiento: No presenta, usa el estacionamiento público

Problemática: Se genera en sus afueras congestión peatonal y vehicular cuando el centro de Chiclayo se encuentra en sus horas punta y de mayor afluencia.

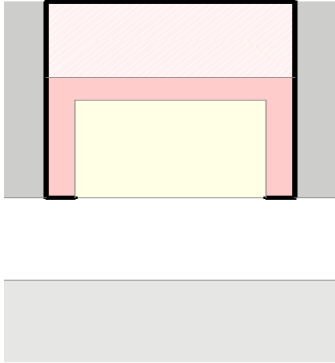







Gráfico 34: Botica Inka Farma
Fuente y Elaboración Propia

Foto 16: Botica Inka Farma
Fuente Propia

Almacén  Circulación  Área de Ventas  Acera  Vía Pública 

Librería – Ditto (Ejemplo de muestra)

Ubicación: Calle Alfredo Lapoint

Área: 60 m² Aforo: 12 personas

Estacionamiento: No presenta, usa el estacionamiento público

Problemática: Se genera en sus afueras congestión peatonal y vehicular cuando el centro de Chiclayo se encuentra en sus horas punta y de mayor afluencia

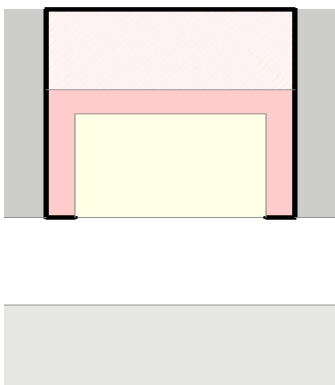


Gráfico 35: Librería Ditto
Fuente y Elaboración Propia

Foto 17: Librería Ditto
Fuente Propia

Almacén  Circulación  Área de Ventas  Acera  Vía Pública 

4.2.2 MERCADO MINORISTA

Edificación destinada a la compra y venta al por menor de productos alimenticios, abarrotes y bienes complementarios constituida por establecimientos individuales distribuida por secciones especializadas.

Uno de los ejemplos que tenemos de este tipo, y el más importante que presenta el centro de Chiclayo es el Mercado Central. Veamos y analicemos este centro de comercio:

Mercado Central

Ubicación: Av. Balta y Calles A. Lapoint, L. Prado y V. de la Vega

Área: 4800 m² Aforo: 2400 personas

Tipos de Comercios: Ventas de alimentos de primera necesidad, abarrotes, ropa, calzado, artefactos y servicios en general.

Estacionamiento: No presenta, usa el estacionamiento público

Problemática: Se genera en sus alrededores congestión peatonal por su gran afluencia a este centro y congestión vehicular debido a que los consumidores no cuentan con un estacionamiento adecuado, estacionándose en sus alrededores. Además de que por su éxito de afluencia del público conlleva a que exista comercio ambulante en sus afueras de este mercado.

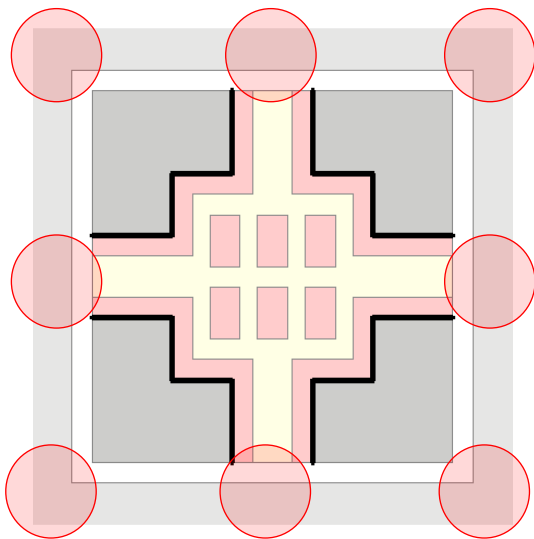







Gráfico 36: Mercado Central
Fuente y Elaboración Propia



Foto 18: Mercado Central
Fuente Propia

Congestión  Área de Ventas  Circulación  Acera  Vía Pública 

4.2.3 MERCADO MAYORISTA

Edificación destinada a la compra venta de productos alimenticios frescos en grandes volúmenes. Hablar de este tipo de comercio es hablar a gran escala, pues este alberga distintos tipos de ventas contenidas en el, el único ejemplo que presenta el centro de Chiclayo es el Mercado Modelo. Veamos y analicemos este centro de comercio:

Mercado Modelo

Ubicación: Av. Balta y Calles Arica, Juan Cuglievan y José Pardo

Área: 33000 m² Aforo: 11000 personas

Tipos de Comercios: Ventas de alimentos de primera necesidad y abarrotes, al por mayor y menor, venta de ropa, calzado, artefactos útiles escolares entre otros productos más y servicios en general.

Estacionamiento: Cuenta con una explanada, pero no se usa para tal

Problemática: Es el mercado más concurrido del centro de Chiclayo, por lo que de por sí genera un caos peatonal, además por contar con un estacionamiento inadecuado, ya que su gran explanada está en uso del comercio ambulatorio genera uno de los peores congestionamientos vehiculares de la ciudad, sumado a este tenemos la inseguridad ciudadana y la contaminación acústica (ruidos) y la contaminación ambiental (arrojos de desechos).

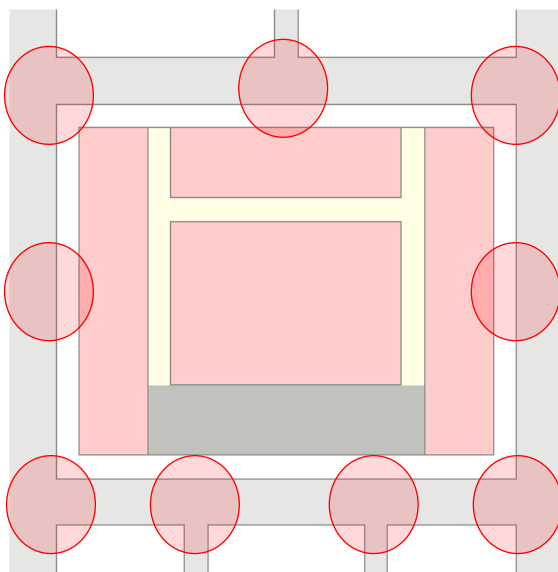


Gráfico 37: Mercado Modelo
Fuente y Elaboración Propia



Foto 19: Mercado Modelo
Fuente Propia

Congestión Área de Ventas Circulación Acera Vía Publica

4.2.4 SUPERMERCADO

Edificación destinada a la compra y venta minorista de una gran diversidad de productos alimenticios y no alimenticios de consumo frecuente, por el sistema de autoservicio.

Se ha convertido en un tipo de comercio muy común, además de ofrecer mejores alternativas de seguridad y modernidad. Este ya no está a manos de una persona independiente, sino que pertenece a una cadena de empresas locales, nacionales e internacionales. En Chiclayo se han instalado diferentes empresas de este rubro, como, Metro, Tottus, Plaza Vea, y El Super. Veamos y analicemos algunos de estos centros de comercio:

Metro Luis Gonzales

Ubicación: Av. Luis Gonzales y Calles San José y Elías Aguirre

Área: 1 500 m² Aforo: 750 personas

Tipos de Ventas: Alimentos de primera necesidad, abarrotes, productos industrializados, ropa, calzado, artefactos etc.

Estacionamiento: Estacionamiento anexo en sus afueras.

Problemática: Se genera en sus afueras congestión peatonal y vehicular cuando el centro de Chiclayo se encuentra en sus horas punta y de mayor afluencia

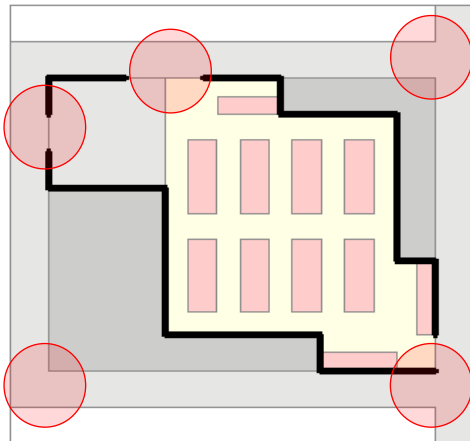


Gráfico 38: Metro Luis Gonzales
Fuente y Elaboración Propia



Foto 20: Metro Luis Gonzales
Fuente Propia

Congestión Área de Ventas Circulación Acera Vía Pública

Tottus Luis Gonzales

Ubicación: Av. Luis Gonzales y Calles San José y V. de la Vega

Área: 1 600 m² Aforo: 800 personas

Tipos de Ventas: Alimentos de primera necesidad, abarrotes, productos industrializados, ropa, calzado, artefactos etc.

Estacionamiento: No presenta, usa el estacionamiento público

Problemática: Se genera en sus afueras congestión peatonal y vehicular cuando el centro de Chiclayo se encuentra en sus horas punta y de mayor afluencia

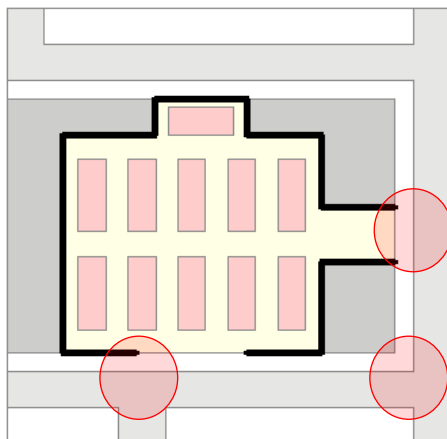


Gráfico 39: Tottus Luis Gonzales
Fuente y Elaboración Propia

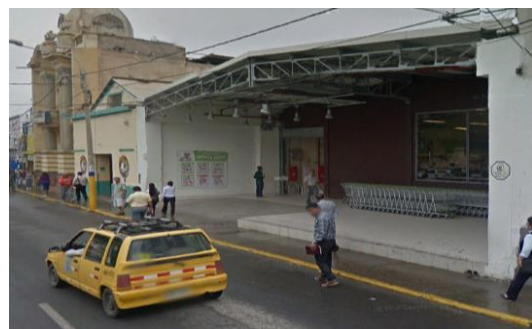


Foto 21: Tottus Luis Gonzales
Fuente Propia

Congestión Área de Ventas Circulación Acera Vía Pública

Metro Balta

Ubicación: Av. José Balta y Av. Bolognesi

Área: 4600 m² Aforo: 2300 personas

Tipos de Ventas: Alimentos de primera necesidad, abarrotes, productos industrializados, ropa, calzado, artefactos etc.

Estacionamiento: Gran estacionamiento en un segundo nivel

Problemática: Se genera en sus afueras congestionamiento peatonal y vehicular cuando el centro de Chiclayo se encuentra en sus horas punta y de mayor afluencia

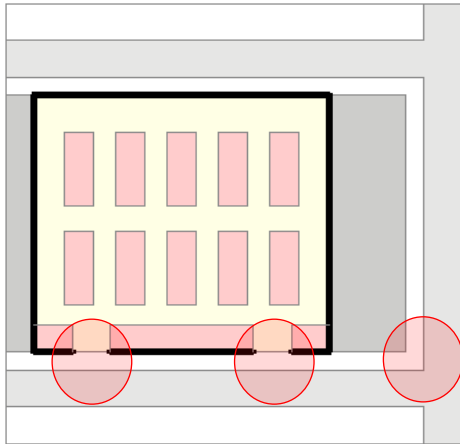


Gráfico 40: Metro Balta

Fuente y Elaboración Propia



Foto 22: Metro Balta

Fuente Propia

Congestión Área de Ventas Circulación Acera Vía Pública

4.2.5 TIENDA POR DEPARTAMENTO

Edificación de gran tamaño orientada a la comercialización de gran cantidad de bienes, semejante a la tipología de un supermercado, por sus características, pero no ofrece la venta de productos perecibles, como alimentos de primera necesidad e industrializados.

En Chiclayo en la actualidad también se han instalado diferentes empresas dedicadas a este rubro como Ripley, Saga Falabella, y Oeschle. Veamos y analicemos estos centros de comercio:

Ripley

Ubicación: Av. José Balta y Calle San José

Área: 7600 m² Aforo: 1900 personas

Tipos de Ventas: Todo tipo de ropa y calzado, juguetes, artefactos, electrodomésticos, utilería de cocina, gimnasios etc.

Estacionamiento: Estacionamiento anexo en el centro de Chiclayo

Problemática: Debido a su gran afluencia del público, genera congestionamiento peatonal además por contar con un estacionamiento a unas cuadras de este centro de comercio genera congestionamiento vehicular

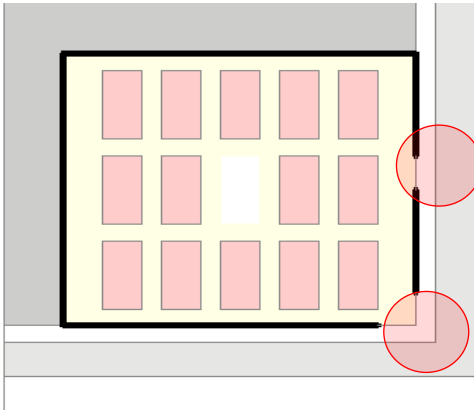


Gráfico 41: Ripley
Fuente y Elaboración Propia



Foto 23: Ripley
Fuente Propia

Congestión Área de Ventas Circulación Acera Vía Pública

Saga Falabella

Ubicación: Interior de Real Plaza

Área: 5600 m² Aforo: 1400 personas

Tipos de Ventas: Todo tipo de ropa y calzado, juguetes, artefactos, electrodomésticos, utilería de cocina, gimnasios etc.

Estacionamiento: Estacionamiento anexo al interior de Real Plaza

Problemática: Por su gran afluencia del público al Centro Comercial Real Plaza presenta en sus afueras congestionamiento vehicular y peatonal.

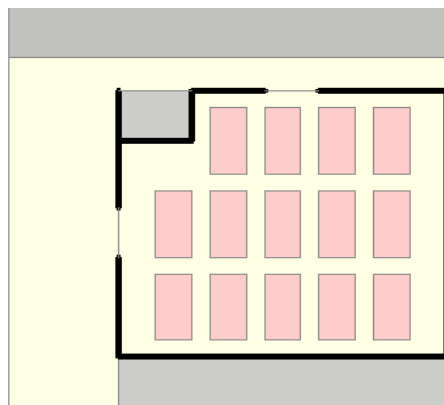


Gráfico 42: Saga Falabella
Fuente y Elaboración Propia



Foto 24: Saga Falabella
Fuente Propia

Congestión Área de Ventas Circulación Acera Vía Pública

Oechsle

Ubicación: Interior de Real Plaza

Área: 6000 m² Aforo: 1500 personas

Tipos de Ventas: Todo tipo de ropa y calzado, juguetes, artefactos, electrodomésticos, utilería de cocina, gimnasios etc.

Estacionamiento: Estacionamiento anexo al interior de Real Plaza

Problemática: Por su gran afluencia del público al Centro Comercial presenta en sus afueras congestionamiento vehicular y peatonal.

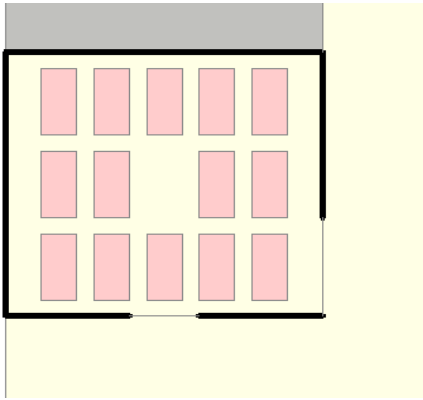


Gráfico 43: Oechsle
Fuente y Elaboración Propia



Foto 25: Oechsle
Fuente Propia

Congestión Área de Ventas Circulación Acera Vía Pública

4.2.6 GALERÍA COMERCIAL

Edificación compuesta por locales comerciales de pequeñas dimensiones organizados en corredores interiores o exteriores.

Otra variedad de comercio independiente, en el centro de Chiclayo existen decenas de galerías comerciales. Pero la que más destaca por su afluencia de público es La Feria Balta. Veamos y analicemos este centro de comercio:

Feria Balta

Ubicación: Avenidas Balta, Pedro Ruiz y Calle A. Lapoint

Área: 6000 m² Aforo: 3000 personas

Tipos de Comercios: Venta de ropa, calzado, artefactos etc.

Estacionamiento: Estacionamiento anexo al interior de Real Plaza

Problemática: Al ser muy concurrida genera en sus afueras caos peatonal y comercio ambulatorio, y debido al no contar con estacionamiento genera uno de los peores caos vehiculares.

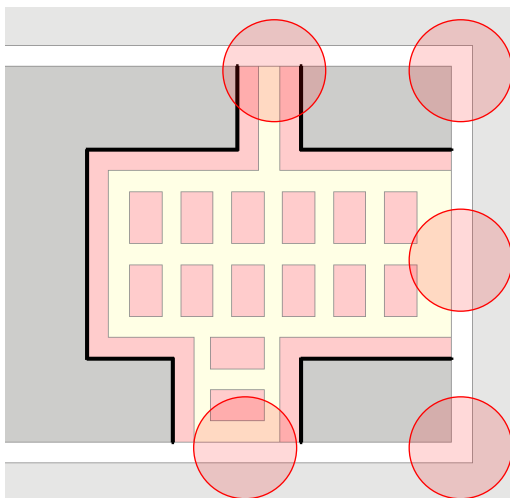


Gráfico 44: Feria Balta
Fuente y Elaboración Propia



Foto 26: Feria Balta
Fuente Propia

Congestión Área de Ventas Circulación Acera Vía Pública

4.2.7 CENTRO COMERCIAL

Edificio o conjunto de ellos en los que se reúnen gran número de comercios minoristas, supermercados, tiendas por departamento, multicines o grandes almacenes y que cuenta además con otros servicios auxiliares como prensa, restauración u ocio, que se crean con el fin de fomentar las ventas, al ofrecer una gran variedad de productos en un área relativamente reducida y facilitar las compras a los consumidores, evitándoles que realicen grandes desplazamientos.

Los centros comerciales junto a los mercados mayoristas son los tipos de comercio más grande que se puede dar en una ciudad, se presentan a gran escala y en ellos tenemos contenidos diferentes tipologías comerciales.

En el centro de Chiclayo tenemos presente dos centros comerciales, Real Plaza y Open Plaza, el cual el primero está mejor constituido por una más amplia variedad de productos y servicios que ofrece al consumidor. Veamos y analicemos estos centros de comercio:

Real Plaza

Ubicación: Av. Bolognesi y Calles Sarmiento,

Área: 54000 m² Aforo: 11000 personas

Estacionamiento: Un edificio de estacionamiento en su interior

Problemática: Es el centro de comercio más concurrido de la ciudad, por ende, todos los días presenta problemas de congestión peatonal en su interior como en sus afueras además al tener diversos ingresos vehiculares, genera congestiones vehiculares en diversos partes de sus alrededores del centro comercial.

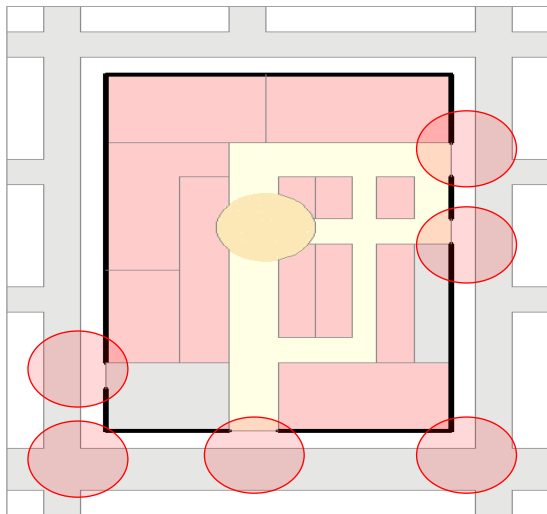


Gráfico 45: Real Plaza

Fuente y Elaboración Propia



Foto 27: Real Plaza

Fuente Propia

Congestión Área de Ventas Circulación Acera Vía Pública

Open Plaza

Ubicación: Avenidas Garcilaso de la Vega y V. Raúl Haya

Área: 20600 m² Aforo: 4800 personas

Estacionamiento: Gran estacionamiento en un segundo nivel

Problemática: Es otro de los centros comerciales de la ciudad, y por ende genera gran congestión peatonal en sus afueras, además al estar ubicado en un cruce de avenidas importantes genera uno de los peores caos vehiculares de la ciudad.

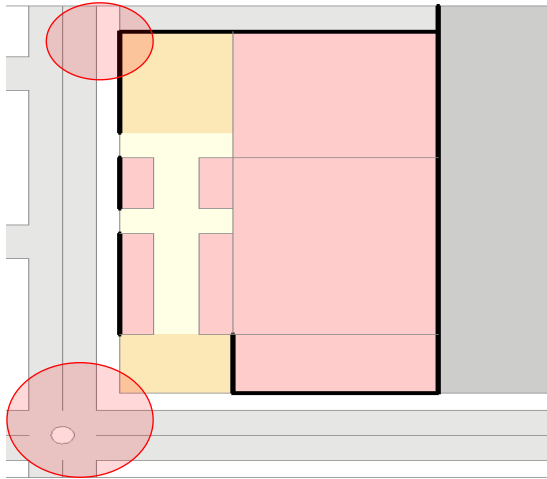







Gráfico 46: Open Plaza
Fuente y Elaboración Propia



Foto 28: Open Plaza
Fuente Propia

Congestión  Área de Ventas  Circulación  Acera  Vía Pública 

Como se ha ido explicando en cada tipología comercial del centro de Chiclayo, muchos de estos centros de comercio, no cumplen con los requisitos de un comercio apropiado, como la falta de estacionamiento o su mal acceso, o el comercio ambulatorio que se da en sus afueras que no es controlado y genera problemática. Por lo tanto, se puede inferir que la gran mayoría de centros de comercio en Chiclayo carecen de un buen uso y funcionamiento, además de que carecen de un área libre apropiada, teniendo así comercio destinados al consumismo.

La Tabla Nro. 12 (página 59) es un resumen y también una muestra típica de cada tipología de comercio del centro de Chiclayo. Como se observa la gran cantidad de comercios presentan un estacionamiento y área libre inadecuada, que conlleva al consumismo. Por las características mencionadas, sumado a su problemática en particular, se generan los problemas que venimos indicando que son el comercio ambulatorio, la contaminación acústica – ambiental y el congestionamiento en general. Llevándose a un deterioro del centro de la ciudad.

Análisis de los principales centros de comercio en Chiclayo.

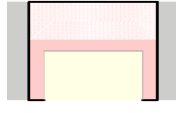
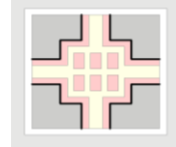
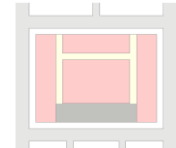
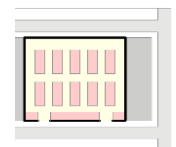
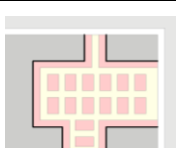
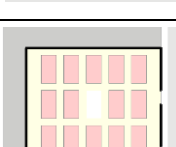

TIPO DE COMERCIO		CARACTERISITCAS		PROBLEMATICA		
		Estacionamiento	% Área Libre	Congestionamiento	Contaminación	Comercio Ambulatorio
Tienda Independiente		Inapropiado	Inapropiado	Bajo	Bajo	Bajo
Mercado Minorista		Inapropiado	Inapropiado	Medio	Alto	Alto
Mercado Mayorista		Inapropiado	Inapropiado	Alto	Alto	Alto
Súper Mercado		Apropiado	Inapropiado	Alto	Bajo	Bajo
Galería Comercial		Inapropiado	Inapropiado	Medio	Alto	Medio
Tienda por departamento		Apropiado	Inapropiado	Medio	Medio	Bajo
Centro Comercial		Apropiado	Inapropiado	Alto	Alto	Medio

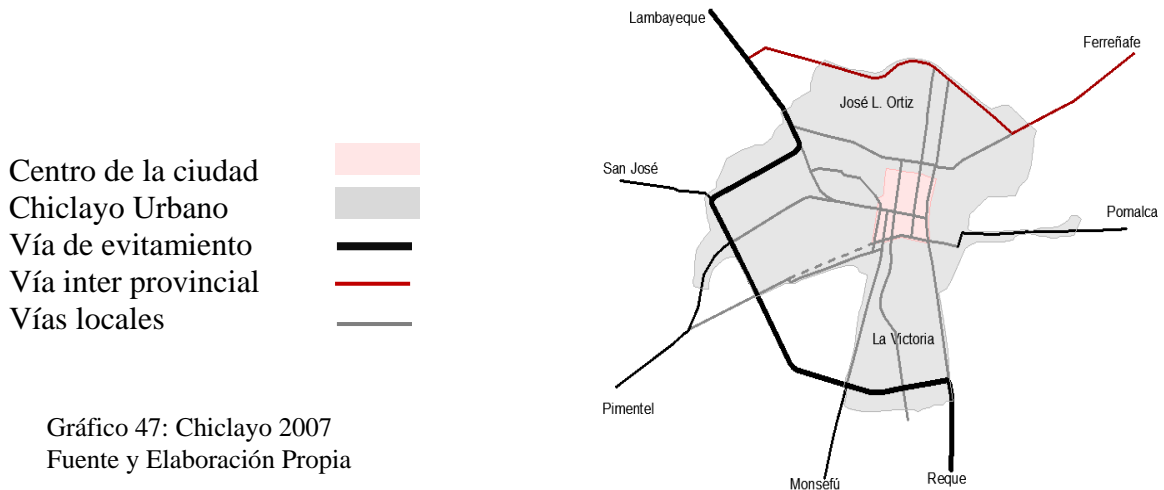
Tabla 12 – Análisis de los principales centros de comercio en Chiclayo.

Fuente y Elaboración Propia – Estudio de campo Aplicado

Si bien como hemos mencionado anteriormente en las bases teóricas, Gisela Olivari Feijon nos indica que los espacios públicos deben de gozar de Poder de convocatoria, Plurifuncionalidad y Accesibilidad, y en el análisis anterior de las tipologías de los comercios de Chiclayo, que de por si se sabe que no muestran un área abierta al público que si quiera se puede pensar como espacio público, también observamos que carecen de estas cualidades, pues no son plurifuncionales, sirven solo de consumo, no tienen poder de convocatoria, pues solo tiene un solo uso que es el recorrido para el consumo, y no tienen una buena accesibilidad, tanto para los vehículos (congestionamiento vehicular) como para todo tipo de ciudadano, incluido las personas con discapacidad.

4.3 ELECCIÓN Y JUSTIFICACIÓN DEL TERRENO DONDE SE VA A INTERVENIR

Ante toda la problemática ya mencionada es necesario saber hacia dónde creció urbanamente Chiclayo y si verdaderamente necesita de nuevas centralidades. Para esto se demostrará con datos el aumento de población y el crecimiento urbano.



Como bien se aprecia en el gráfico 07, Chiclayo estuvo delimitado por la vía de evitamiento y su vía interprovincial, estos eran sus actuales bordes de la ciudad, pero el aumento poblacional, los movimientos migratorios, y las inmobiliarias cambiaron estas cifras.

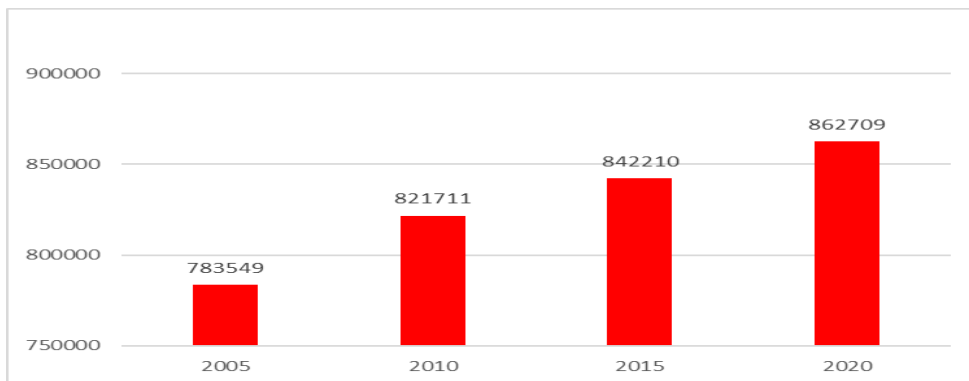


Tabla 03 – Población estimada en Chiclayo

Fuente INEI / Estadísticas / Perú: Estimaciones y Proyecciones de Población por Departamento, Provincia y Distrito 2018-2020

Para el año 2015 en menos de ocho años se demuestra que Chiclayo aumentara su población en más de 100 000 habitantes, una alta cifra en los últimos años.

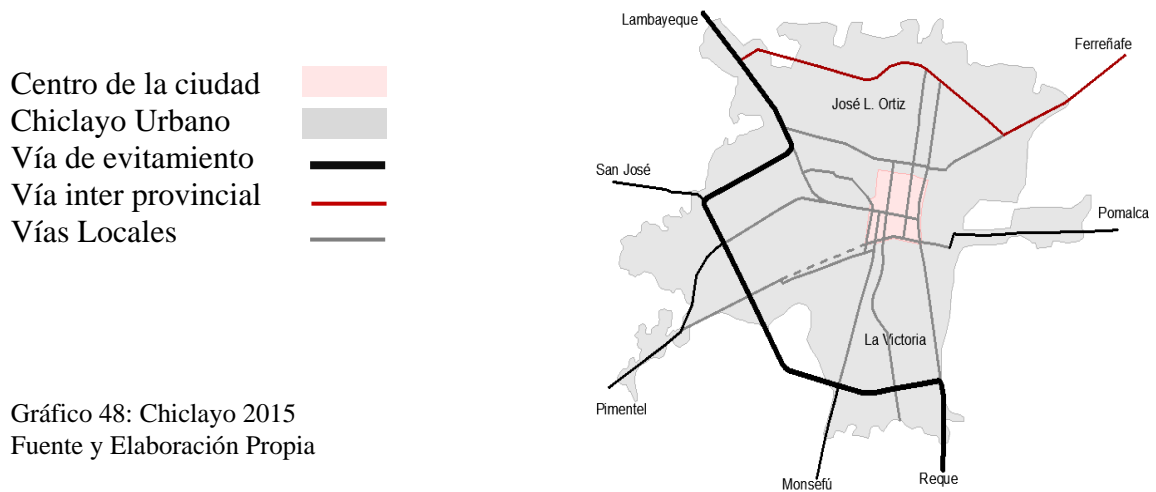


Gráfico 48: Chiclayo 2015
Fuente y Elaboración Propia

De esta manera notamos en el gráfico 08 que Chiclayo ha crecido hacia su periferia, en la zona norte al distrito de José L. Ortiz, pero mayor aun en la zona oeste hacia Pimentel, pues el mayor crecimiento de la ciudad se ha dado hacia esta zona, donde se estima que en diez años Chiclayo y su distrito portuario de Pimentel estarán unidos urbanamente.

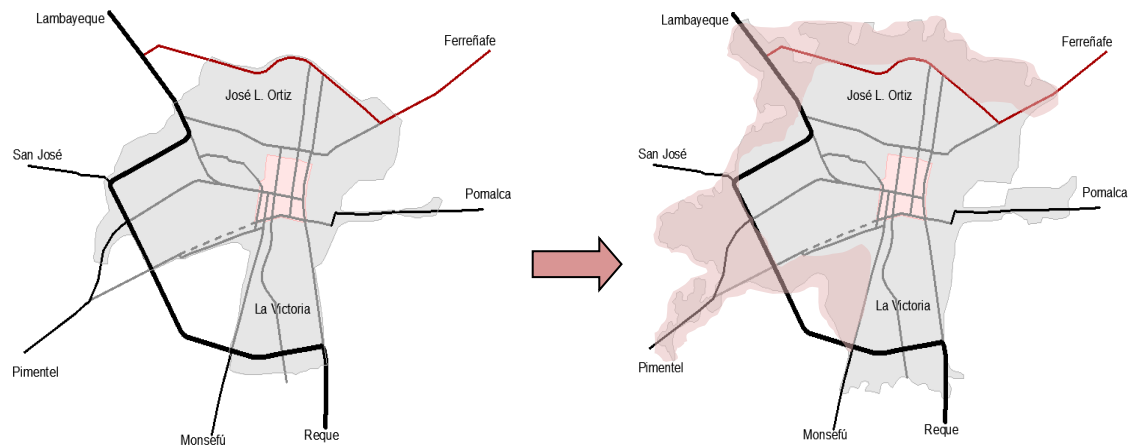


Gráfico 49: Crecimiento Poblacional
Fuente y Elaboración Propia

Así demostrado el aumento poblacional y el crecimiento urbano de la ciudad es necesario saber si estas nuevas zonas de expansión urbana necesitan de un equipamiento comercial que satisfaga sus necesidades de consumo.

Para esto es preciso saber si los radios de cobertura o acción de los comercios totales de Chiclayo llegan a abastecer las necesidades de los consumidores de estas nuevas zonas urbanas.

El Sistema Nacional de Equipamientos Urbanos – SISNE precisa que un Mercado mayorista satisface a 300 000 habitantes, probablemente con los Mercados Moshoqueque y Modelo abastezcan a 600 000 habitantes en la ciudad, pero que pasa con los otros 150 000 nuevos habitantes que se dieron en las últimas décadas y que pertenecen a estas nuevas zonas de expansión urbana. Esta cifra es sobre el mayor de los comercios que es un mercado Mayorista, ahora si lo tomamos desde el punto de vista de los Centros comerciales, también indica que este satisface a 500 000 habitantes, sabiendo que Chiclayo solo cuenta con un solo centro comercial bien constituido que es Real Plaza, entonces nuevamente nos preguntamos sobre los siguientes 250 000 habitantes, como es que llegan a satisfacer sus necesidades de consumo.

Población atendida y desatendida de Chiclayo

TIPO DE COMERCIO	Población Atendida	Población Desatendida
MERCADOS MAYORISTAS		
Mercado Moshoqueque	300 000 habitantes	
Mercado Modelo	300 000 habitantes	
	600 000 habitantes	150 000 habitantes
CENTROS COMERCIALES		
CC. Real Plaza	500 000 habitantes	250 000 habitantes

Tabla 13 – Población atendida y desatendida de Chiclayo.
Fuente SISNE- Sistema Nacional de Equipamientos Urbanos

4.3.1 RADIO DE COBERTURA Y ZONAS DESATENDIDAS

De esta manera nos damos cuenta que, ante el gran crecimiento poblacional, gran parte de la ciudad se encuentra reglamentariamente desatendida, esto genera esa sobre población en el centro de Chiclayo, a la hora de los consumos.

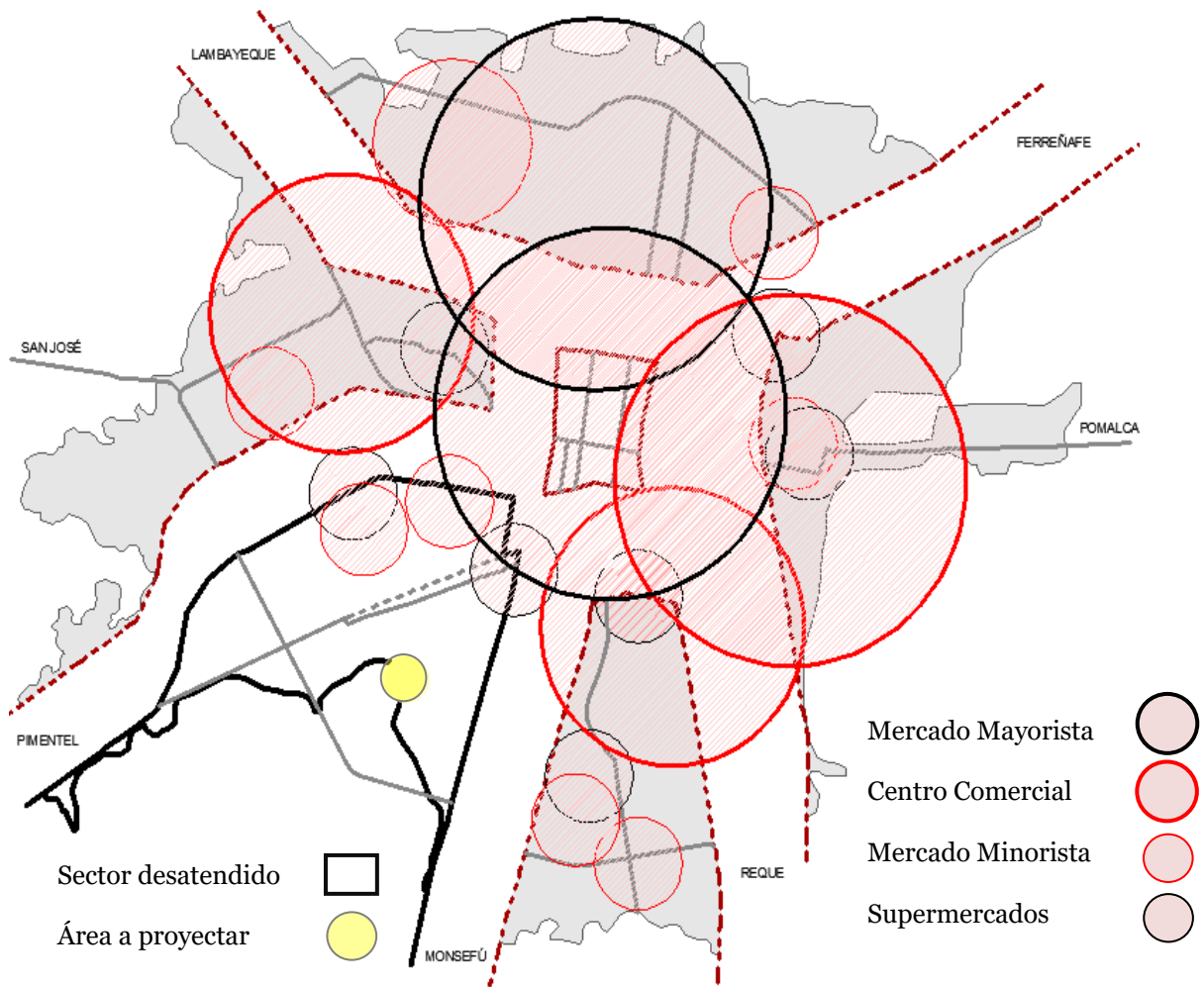


Gráfico 50: Radio de Cobertura y Zona desatendida
Fuente y Elaboración Propia

Como se aprecia en el gráfico 09 si dividimos a Chiclayo por sus principales vías en 6 zonas, Centro, Norte, Sur, Este, Oeste Norte y Oeste Sur (dividimos la zona oeste por ser la de mayor extensión de Chiclayo Metropolitano), notamos lo siguiente: la zona norte que pertenece al distrito de José Leonardo Ortiz cuenta con el Mercado Moshoqueque y mercados menores que abastecen en un 70% de su población. La zona sur que en su mayoría es el distrito de La Victoria, Open Plaza, Real Plaza, y diversos comercios como Supermercados o Mercados minoristas, también llegan a abastecer en su totalidad a esta zona. La zona este es la más beneficiada, y no porque tiene a Real Plaza si no que el comercio de la zona centro le afecta y por lo tanto le satisface en todas sus necesidades de consumo. En cuanto a la zona oeste norte es afectada por su propio comercio y por el comercio de las zonas norte y centro, además de que pronto se aperturará el nuevo Centro Comercial Mall Aventura que alcanzara a atender en un 70 % de dicha población.

Y si observamos la Zona Oeste Sur en la parte superior se encuentra afectada por su propio comercio y el comercio de la zona centro, pero en la parte inferior, no solo nos damos cuenta de que es la menos atendida, y que el comercio de la zona centro no le afecta, sino que es la de mayor crecimiento Urbano-Poblacional, pues en los sectores 18, 20, 21, 32 y 33 es donde se ha dado el mayor auge de las inmobiliarias, Urbanizaciones como Las Palmas, Villa del Norte, La Purísima, Los Pinos de la Plata entre otras, han sido las responsables de este crecimiento urbano de Chiclayo, indicando así que esta zona esta abastecida en un 30 % y es la que más urge de un equipamiento comercial. Por lo tanto, tenemos

Presencia de comercios en distintas Zonas de Chiclayo

Zonas	Centro Comercial	Mercado Mayorista	Mercado Minorista	Super - mercado	Galería	% Atendida
Centro	0	1	1	2	1	100 %
Norte	0	1	2	0	0	70 %
Sur	1	0	2	2	0	95 %
Este	1	0	1	2	1	95 %
Oeste Norte	1	0	1	1	0	70 %
Oeste Sur	0	0	3	2	0	30 %
	3	2	10	9	2	77 %

Tabla 14 – Presencia de comercios en distintas Zonas de Chiclayo.
Fuente y Elaboración Propia – Estudio de campo Aplicado

Mediante el cuadro notamos que las zonas Norte, Oeste Norte y Oeste Sur son las que requieren de un equipamiento comercial, ante el crecimiento urbano poblacional que se dio en estas, veamos y analicemos lugares para esta propuesta, y que zona es la que más urge, se adecue más y tenga mejores posibilidades para esta edificación comercial.

4.3.2 POSIBLES TERRENOS PARA LA PROPUESTA COMERCIAL

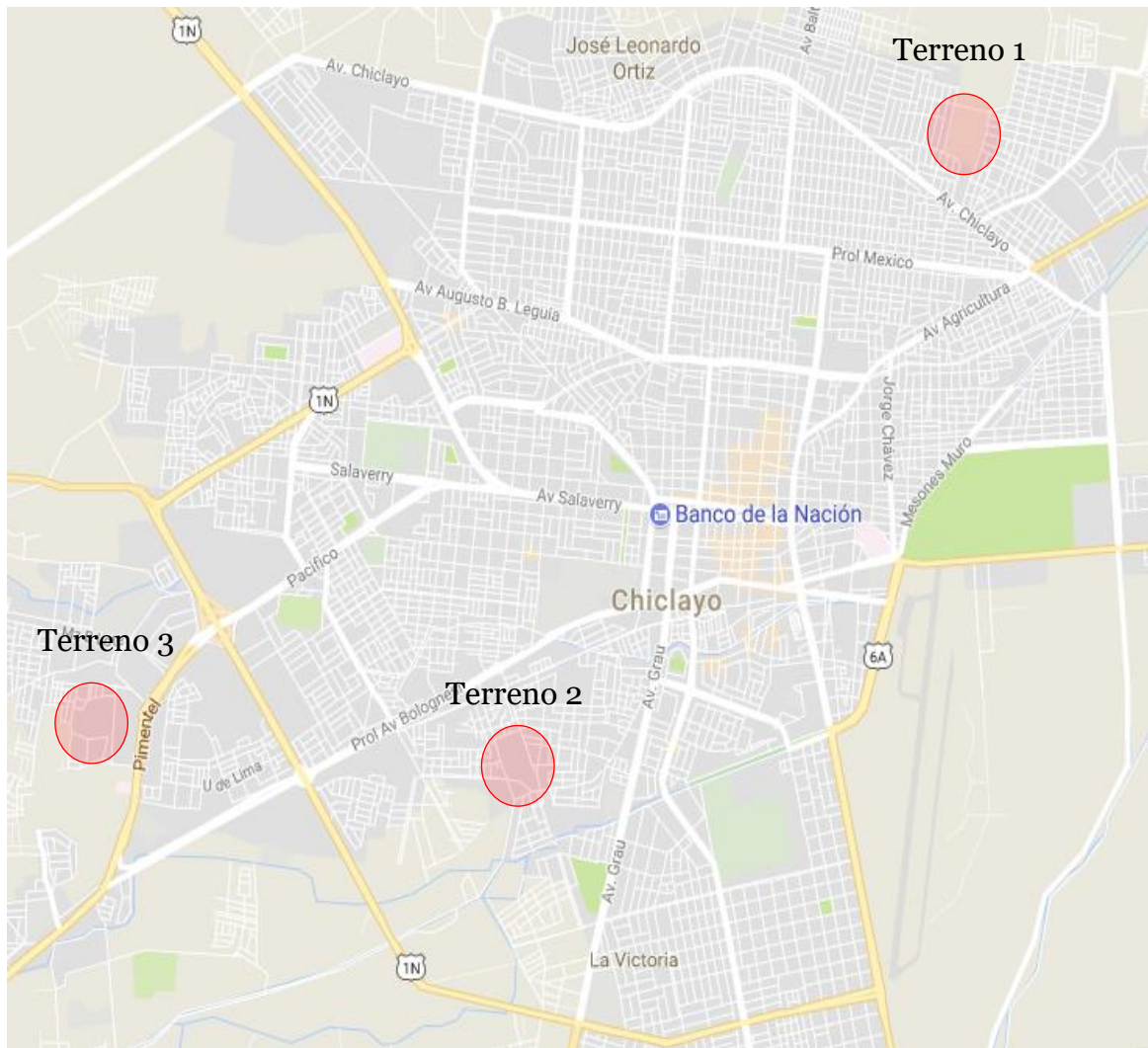





Gráfico 51: Posibles terrenos para propuesta
Fuente Google Earth y Elaboración Propia

Identificando los tres sectores, precisamos mediante un mapeo en los vacíos urbanos y tenemos 3 terrenos, para la posible propuesta de edificio comercial. Para esto es necesario analizar sus principales características, las cuales son:


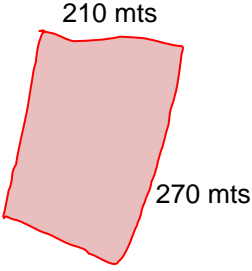

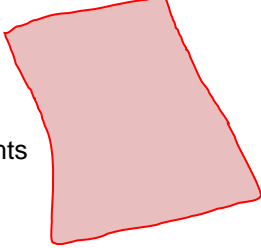

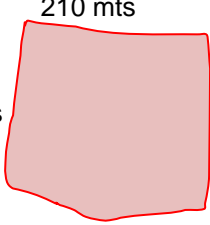
Accesibilidad	Tenencia Legal	Medio ambiente
Área o extensión	Entorno Inmediato	

Una vez analizadas contarán con una puntuación:
5=Muy bueno, 4=Bueno, 3=Regular, 2=Malo, 1=Muy malo

TERRENO	ACCESIBILIDAD
 <p data-bbox="343 683 694 716">Terreno N° 1 – Zona Norte</p>	<p data-bbox="774 280 1252 347">Ubicado entre las calles San Andrés, Machu Picchu, y Velasco Alvarado.</p> <p data-bbox="774 392 1252 526">Se puede acceder rápidamente por la avenida Chiclayo, que es una de las vías más importantes de la ciudad, a unas tres manzanas de distancia.</p>
 <p data-bbox="359 1198 678 1265">Terreno N° 2 – Zona Sur Oeste</p>	<p data-bbox="774 795 1252 862">Ubicado entre las calles Pacasmayo, y Prolongación Cajamarca.</p> <p data-bbox="774 907 1252 1041">Se puede acceder por las avenidas, Bolognesi y Las Américas, mediante la avenida Prolongación Cajamarca, y por medio de la calle Pacasmayo.</p>
 <p data-bbox="359 1758 678 1825">Terreno N° 3 – Zona Nor Oeste</p>	<p data-bbox="774 1355 1252 1422">Ubicado a la parte oeste de la carretera de Chiclayo a Pimentel.</p> <p data-bbox="774 1467 1252 1601">Se puede acceder mediante esta carretera, por una vía que te dirige cerca a las nuevas urbanizaciones como la Pradera y La Plata</p>
	<p data-bbox="774 1825 1029 1859">PUNTUACIÓN: 3</p>




INDICES DE PUNTUACIÓN

5=Muy bueno, 4=Bueno, 3=Regular, 2=Malo, 1=Muy malo

TERRENO	ÁREA Y EXTENSIÓN
 <p data-bbox="341 674 695 707">Terreno N° 1 – Zona Norte</p>	 <p data-bbox="772 595 1066 629">Área Total: 56 700 m²</p> <p data-bbox="772 703 1023 736">PUNTUACIÓN: 5</p>
 <p data-bbox="357 1189 679 1267">Terreno N° 2 – Zona Sur Oeste</p>	 <p data-bbox="772 1144 1066 1178">Área Total: 53 200 m²</p> <p data-bbox="772 1256 1023 1290">PUNTUACIÓN: 5</p>
 <p data-bbox="357 1749 679 1827">Terreno N° 3 – Zona Nor Oeste</p>	 <p data-bbox="772 1626 1066 1659">Área Total: 23 100 m²</p> <p data-bbox="772 1805 1023 1839">PUNTUACIÓN: 3</p>



INDICES DE PUNTUACIÓN

5=Muy bueno, 4=Bueno, 3=Regular, 2=Malo, 1=Muy malo

TERRENO	ENTORNO INMEDIATO
 <p data-bbox="341 685 695 719">Terreno N° 1 – Zona Norte</p>	<p data-bbox="770 344 1256 488">Esta rodeando básicamente de zona de uso residencial, aunque esta no está consolidada totalmente en viviendas y vías.</p> <p data-bbox="770 707 1023 741">PUNTUACIÓN: 3</p>
 <p data-bbox="352 1189 679 1267">Terreno N° 2 – Zona Sur Oeste</p>	<p data-bbox="770 860 1256 1003">Esta rodeando básicamente de zona de uso residencial, aunque está en vías de consolidación total de urbanizaciones y viviendas.</p> <p data-bbox="770 1267 1023 1301">PUNTUACIÓN: 4</p>
 <p data-bbox="352 1749 679 1827">Terreno N° 3 – Zona Nor Oeste</p>	<p data-bbox="770 1413 1256 1556">Esta rodeando de zona de uso residencial, e industrial, aunque probablemente no sea la mejor combinación para habitar.</p> <p data-bbox="770 1816 1023 1850">PUNTUACIÓN: 2</p>




INDICES DE PUNTUACIÓN

5=Muy bueno, 4=Bueno, 3=Regular, 2=Malo, 1=Muy malo

TERRENO	TENENCIA LEGAL
 <p data-bbox="341 680 695 712">Terreno N° 1 – Zona Norte</p>	<p data-bbox="770 304 1257 483">El terreno pertenece al PP JJ Obrero Municipal, pero ante una mala gestión no se llegó a consolidar como uso residencial, este también podría ser un inconveniente.</p> <p data-bbox="770 707 1023 739">PUNTUACIÓN: 3</p>
 <p data-bbox="357 1189 679 1261">Terreno N° 2 – Zona Sur Oeste</p>	<p data-bbox="770 819 1257 999">El terreno le pertenece a la Inmobiliaria Villa del Norte, pero al no haberse usado para uso residencial, se tienen muchas posibilidades para un uso comercial.</p> <p data-bbox="770 1261 1023 1292">PUNTUACIÓN: 4</p>
 <p data-bbox="352 1749 684 1821">Terreno N° 3 – Zona Nor Oeste</p>	<p data-bbox="770 1379 1257 1559">El terreno les pertenece a las urbanizaciones La Pradera y La Plata. Sería un imprevisto si es que se quiere optar por este al tener dos dueños.</p> <p data-bbox="770 1816 1023 1848">PUNTUACIÓN: 3</p>

INDICES DE PUNTUACIÓN

5=Muy bueno, 4=Bueno, 3=Regular, 2=Malo, 1=Muy malo

TERRENO	MEDIO AMBIENTE
 <p data-bbox="341 674 695 710">Terreno N° 1 – Zona Norte</p>	<p data-bbox="770 304 1256 517">Está ubicado dentro de una zona residencial y de constante crecimiento urbano, pero muchas veces por la idiosincrasia de los habitantes y las autoridades, han llevado al distrito a su deterioro.</p> <p data-bbox="770 707 1023 741">PUNTUACIÓN: 3</p>
 <p data-bbox="357 1189 679 1267">Terreno N° 2 – Zona Sur Oeste</p>	<p data-bbox="770 819 1256 1032">El estar ubicado dentro de una zona residencial y de constante crecimiento urbano, permite que no sea un área tan deteriorada, además cuenta con la proximidad a áreas verdes.</p> <p data-bbox="770 1267 1023 1301">PUNTUACIÓN: 4</p>
 <p data-bbox="357 1738 679 1816">Terreno N° 3 – Zona Nor Oeste</p>	<p data-bbox="770 1379 1256 1592">Cuenta con una buena área, pero por estar ubicado en la periferia de Chiclayo y cerca de una zona industrial, no ofrece las mejores condiciones medioambientales para su uso.</p> <p data-bbox="770 1816 1023 1850">PUNTUACIÓN: 2</p>

INDICES DE PUNTUACIÓN

5=Muy bueno, 4=Bueno, 3=Regular, 2=Malo, 1=Muy malo

4.3.3 SÍNTESIS FINAL DE ANÁLISIS DE TERRENOS




	Terreno N° 1	Terreno N° 2	Terreno N° 3
			
Accesibilidad	3	5	3
Área y Extensión	5	5	3
Entorno Inmediato	3	4	2
Tenencia Legal	3	4	3
Medio Ambiente	3	4	2
	17	22	13

Tabla 15 – Síntesis Final de Análisis de Terrenos.

Fuente y Elaboración Propia – Estudio de campo Aplicado

Como se aprecia en el cuadro final de análisis, el terreno N° 2 perteneciente a la Zona Sur Oeste, sectores 18, 20, 21, 32, y 33 es el que más urge de este equipamiento comercial, pero a la vez es el que mejores condicionantes de habitabilidad brindan.

Veamos en qué situación se encuentran estos sectores:

4.3.4 SITUACIÓN ACTUAL DE LOS SECTORES 18, 20, 21, 32,33

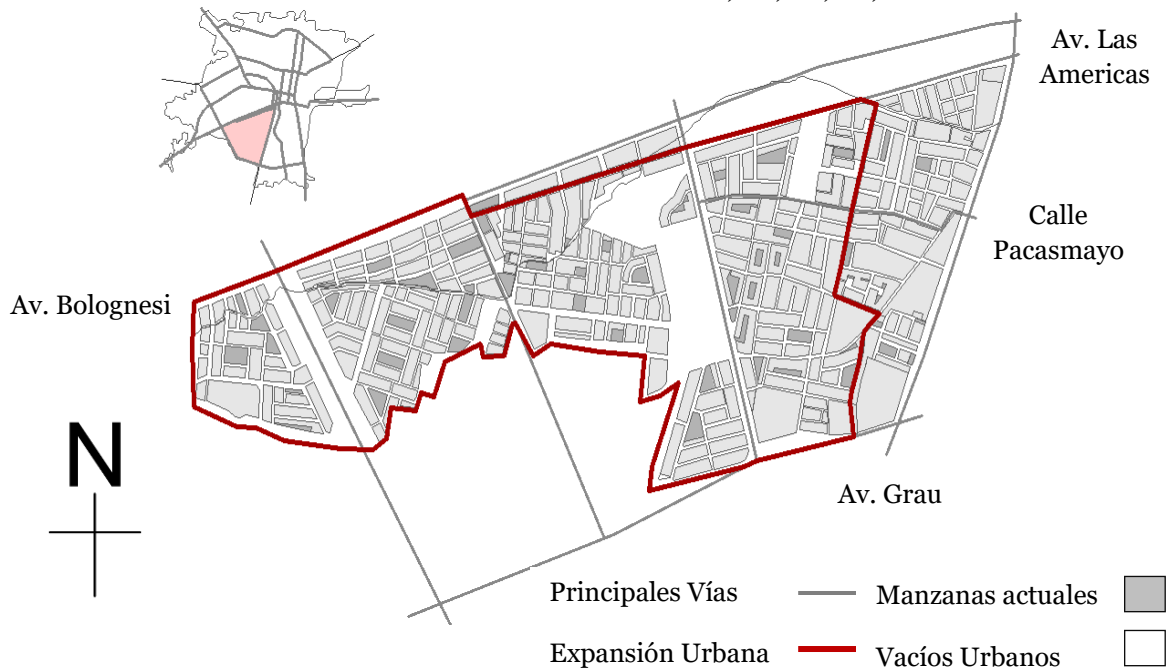


Gráfico 52: Situación Actual de sectores 18, 20, 21, 32, 33
Fuente y Elaboración Propia

Como se sabe hace poco más de una década el límite de Chiclayo por esta zona eran las avenidas Bolognesi, Grau y la Vía de Evitamiento, pero el aumento de población en estos sectores generó un nuevo borde urbano. Así el crecimiento urbano fue considerable, aunque no está terminado, esto permite visualizar que tenemos presentes grandes áreas que representan vacíos urbanos, en estas donde se optó por proponer y proyectar el equipamiento comercial que tanto requieren los pobladores de estos sectores.

4.3.5 JUSTIFICACIÓN DE UBICACIÓN Y ELECCIÓN DEL TERRENO

La ubicación del terreno seleccionado fue elegida por varios motivos, la fácil accesibilidad de las vías, ubicación estratégica central, y contar con una gran área para el diseño.

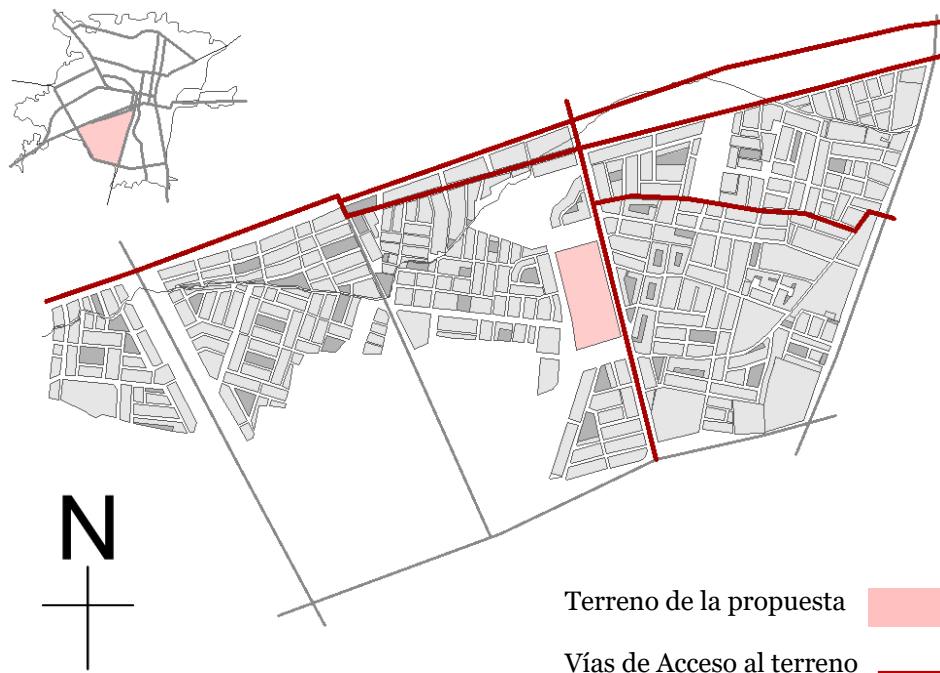


Gráfico 53: Ubicación y Elección del Proyecto a realizarse
Fuente y Elaboración Propia

El terreno tomado para la propuesta cumple con estas características dadas, pues presenta un área de más de 50 000 m², se encuentra en el centro de la suma de estos sectores, para ser más exacto en el sector 21 y llega a él avenidas importantes como la Pacasmayo, o Prolongación Cajamarca, además de que esta cerca de las avenidas Las Américas y Bolognesi, que son las que conectan a estos sectores con el actual Chiclayo Metropolitano.

Jordi Borja nos menciona que un espacio público a escala de la ciudad conecta y continua con los distintos sectores urbanos, habiéndose determinado el sector donde actuar, y una vez escogido el vacío urbano donde proyectar, notamos que es de importancia que este cumpla con esta cualidad pues, con su gran magnitud de área brindaría jerarquía a su espacio público que uniría y ordenaría este sector urbano, posicionándolo a su vez como un eje central comercial de la periferia urbana.

4.4 PRINCIPALES ACTIVIDADES DE CONSUMO Y RECREACIÓN EN EL CENTRO DE CHICLAYO

Como bien se sabe el centro de Chiclayo es una gran área destinada a la actividad comercial, pues ya se ha demostrado que sus principales vías y manzanas están cubiertas de este giro, desde pequeñas tiendas independientes hasta mercados, supermercados, centros comerciales entre otros.

Pero que es lo que es lo que ofrece estos centros de comercio, probablemente no solo la variedad en productos y servicios, por ejemplo, un supermercado no solo está compuesto por sus áreas de comercio también presenta áreas financieras (cajeros automáticos), corredores comerciales (boticas, lavanderías) o áreas de comidas (snacks, restaurantes).

Y es que el centro de Chiclayo no solo es un área destinada a la venta de productos y servicios también es un centro donde se realizan distintas actividades, como las recreativas, públicas o financieras. Y es que muy aparte de las principales tiendas comerciales de la ciudad también tenemos diferentes tipos de instituciones, como agencias bancarias, centros de pago, centros de ocio, entre otros que generan esta gran concurrencia del centro de Chiclayo.

Luego del análisis sobre la centralización comercial en Chiclayo y su problemática, y luego de haber inferido la importancia de un nuevo centro de comercio en la periferia de Chiclayo como parte de la consolidación de este, buscando una descentralización comercial en la ciudad, es necesario saber qué tipos de productos y servicios tenemos que ofrecer, pues como ya se menciona en Chiclayo no solo están presentes las actividades de comercio también está las actividades económicas, públicas y en especial recreativas.

De esta manera mediante una descripción en las tipologías comerciales y sus actividades a ofrecer, y por medio de encuestas al consumidor se precisará las tendencias de consumo y actividades comerciales que se dan con mayor incidencia en la ciudad.

4.4.1 TIENDAS INDEPENDIENTES EN VÍAS O CORREDORES COMERCIALES

Puede ofrecer productos o servicios dependiendo al rubro en que se trabaje, de esta manera se tienen las siguientes actividades.

- Venta de Ropa, Venta de calzado, Venta de artefactos, Venta de electrodomésticos, Venta de libros, Venta de alimentos, Venta de instrumentos y utilería, boticas o farmacias, Funerarias, Restaurantes, Peluquerías, Agencia de Transportes, Imprentas, Hoteles, Casinos, entre muchos más. De este modo por medio de encuestas, los consumidores acuden a las tiendas independientes de Chiclayo por el tipo de venta de:

Principales Actividades en Tiendas Independientes

Tipo de actividad		
Venta de Productos	Venta de ropa	35%
	Venta de calzado	25%
	Venta de Artefactos y Electrodomésticos	15%
	Boticas y Artículos para el hogar	10%
Servicios	Restaurantes	10%
	Otros	5%

Tabla 16 – Principales Actividades en Tiendas Independientes.

Fuente y Elaboración Propia – Encuesta al consumidor en Chiclayo

Como se deduce en la tabla número 16 por medio de encuestas al consumidor, más de un tercio de personas que acuden al centro de Chiclayo, van a adquirir vestimenta, y calzado, en

menor incidencia están los electrodomésticos, artefactos, boticas y utilería, aparte de que acuden con frecuencia a los restaurantes para satisfacer sus necesidades de alimentación.

4.4.2 MERCADO MINORISTA

Este conjunto de pequeños comercios independientes en una gran área, en su mayoría se dedica más a la venta de alimentos y productos perecibles, alternándose con la venta de comidas, ropa, calzado y algunos otros servicios. Así pues, por medio de encuestas, se deduce que al centro de Chiclayo los consumidores acuden a los mercados minoristas, por el tipo de venta de:

Principales Actividades en Mercado Minorista

Tipo de actividad		
Venta de Productos	Venta de alimentos de primera necesidad	35%
	Venta de abarrotes y productos industrializados	30%
	Venta de Artículos para el Hogar y Ferretería	15%
	Venta de ropa y calzado	10%
Servicios	Venta de comidas	6%
	Otros	4%

Tabla 17 – Principales Actividades en Mercado Minorista.
Fuente y Elaboración Propia – Encuesta al consumidor en Chiclayo

Como se deduce en la tabla número 17 y por medio de encuestas, las personas acuden más a los mercados minoristas para satisfacer sus necesidades primarias de consumo, que son la alimentación.

4.4.3 MERCADO MAYORISTA

Este conjunto de pequeños y grandes comercios independientes en su mayoría también se dedica más a la venta de alimentos y productos perecibles, alternándose con la venta de ropa, calzado, golosinas, útiles entre otros productos. Como se sabe, el único claro ejemplo de mercado mayorista en Chiclayo es el mercado Modelo, donde no solo las personas independientes adquieren sus productos, también pequeños tiendas o mercados menores se abastecen de él, veamos las principales tendencias de consumo.

Principales Actividades en Mercado Mayorista

Tipo de actividad		
Venta de Productos	Venta de alimentos de primera necesidad	35%
	Venta de abarrotes y productos industrializados	30%
	Venta de Artículos para el Hogar y Ferretería	20%
	Venta de ropa y calzado	10%
Servicios	Venta de comidas	6%
	Otros	4%

Tabla 18 – Principales Actividades en Mercado Mayorista.
Fuente y Elaboración Propia – Encuesta al consumidor en Chiclayo

Como se deduce en la tabla número 18, al igual que en un mercado minorista, al mercado mayorista, las personas acuden en su mayoría para adquirir sus productos alimenticios o de primera necesidad.

4.4.4 SUPERMERCADO

Este tipo de empresas de empresas nacionales e internacionales, como se sabe es la tipología de un mercado más moderno y seguro, en Chiclayo tenemos diferentes ejemplos y empresas de este rubro, de esta manera por medio de encuestas precisaremos las principales tendencias de consumos y actividades que se dan en los supermercados.

Principales Actividades en Supermercado

Tipo de actividad		
Venta de Productos	Venta de productos industrializados	30%
	Venta alimentos de primera necesidad	15%
	Venta de ropa y calzado	15%
	Venta de artefactos y electrodomésticos	15%
	Venta de productos para el hogar	11%
Servicios	Patio de comidas	9%
	Cajeros automáticos	5%

Tabla 19 – Principales Actividades en Supermercado.

Fuente y Elaboración Propia – Encuesta al consumidor en Chiclayo

Como se deduce en la tabla número 19 y por medio de encuestas, el comercio fuerte en los supermercados es la venta de productos industrializados, productos como enlatados, golosinas, alimentos en recipientes o embolsados entre otros. Además de la venta de ropa, calzado, artefactos y utilería, sin dejar atrás los servicios en patios y comidas o cajeros automáticos.

4.4.5 TIENDA POR DEPARTAMENTO

Este tipo de empresas de empresas nacionales e internacionales, también es una nueva tendencia comercial en Chiclayo, pero no vende productos perecibles, mas está ligado a la venta de artefactos, electrodomésticos, ropa, calzado, juguetes, utilería entre otros, de esta manera por medio de encuestas precisaremos las principales tendencias de consumos y actividades que se dan en las principales tiendas por departamento.

Principales Actividades en Tienda por Departamento

Tipo de actividad		
Venta de Productos	Venta de Ropa	25%
	Venta de Calzado	20%
	Venta de Artefactos y Tecnología	20%
	Venta de Electrodomésticos	20%
	Venta de Artículos para el hogar	10%
	Otros	5%

Tabla 20 – Principales Actividades en Tienda por Departamento.

Fuente y Elaboración Propia – Encuesta al consumidor en Chiclayo

Como se deduce en la tabla número 20 y por medio de encuestas, las tiendas por departamento están más ligadas a la venta de productos modernos como artefactos o electrodomésticos, además de la venta de ropa, calzado y artículos para el hogar.

4.4.6 GALERÍA COMERCIAL

Este tipo de conjunto de tiendas independientes agrupadas en una gran área, también es tendencial en Chiclayo, encontramos distintos ejemplos de estos centros de comercio, igual que una tienda por departamento, no vende productos perecibles, mas está ligado a la venta de artefactos, electrodomésticos, ropa, calzado, juguetes, utilería entre otros productos y servicios, así por medio de encuestas precisaremos las principales tendencias de consumos y actividades que se dan en las principales galerías comerciales.

Principales Actividades en Galería Comercial

Tipo de actividad		
Venta de Productos	Venta de Ropa	30%
	Venta de Calzado	25%
	Venta de Artefactos y Tecnología	10%
	Venta de Electrodomésticos	10%
	Venta de Artículos para el hogar	10%
Servicios	Venta de comidas	7%
	Otros servicios	3%

Tabla 21 – Principales Actividades en Galería Comercial.

Fuente y Elaboración Propia – Encuesta al consumidor en Chiclayo

Como se deduce en la tabla número 21 y por medio de encuestas, la actividad más fuerte en una galería comercial, es la venta de ropa y calzado, seguido de la venta de distintos productos sin dejar de lado la venta de comidas y otros servicios como peluquerías, confeccionistas entre otros.

4.4.7 CENTRO COMERCIAL

El tipo de centro de comercio más completo en Chiclayo, pues en él se alojan otras grandes tipologías comerciales como supermercados, tiendas por departamento, corredores comerciales y distintas tiendas independientes, además no solo cuenta con áreas de venta de productos también se cuenta con áreas de servicios (patios de comidas, gimnasios, spas, peluquerías, agencias bancarias, agencias de pagos entre otros), y área de ocio o recreacional (discotecas, multicines, juegos de mesa, espacios públicos de interacción entre otros).

En si acudir al centro comercial conlleva a muchas actividades, veamos y analicemos por medio de encuesta cuales son las principales tendencias de consumo en un centro comercial en Chiclayo.

A continuación, en la siguiente tabla número 22, veremos cómo en un centro comercial no existe una actividad muy predominante sobre otras, pero si existen muchas actividades tendenciales, desde el comercio, los servicios, financieras y recreacionales.

Principales Actividades en Centro Comercial

Tipo de actividad		
Venta de Productos	Venta de Productos alimenticios	14%
	Venta de Ropa	14%
	Venta de Calzado	13%
	Venta de Artefactos y Electrodomésticos	13%
	Venta de Utillería	9%
	Venta de comidas	7%
Servicios	Agencias Bancarias	10%
	Multicines	10%
	Discoteca – Karaoke	3%
	Juegos de mesa	3%
	Gimnasios, Peluquerías, Spa	2%
	Otros servicios	2%

Tabla 22 – Principales Actividades en Centro Comercial.

Fuente y Elaboración Propia – Encuesta al consumidor en Chiclayo

Los presentes datos mencionados están referenciados en cuanto a la actividad comercial que se da en Chiclayo mostrado en sus tipologías dadas, pero como se mencionó Chiclayo no es solo un centro dedicado a la actividad comercial, también es un centro que brinda todo tipo de servicios, como: servicios financieros, servicios públicos, servicios de ocio y recreacional.

Veamos y analicemos cuales son las principales actividades o tendencias de consumo en cuanto a estos tipos de actividades del centro de la ciudad y en donde es que se dan.

4.4.8 AGENCIAS FINANCIERAS

Chiclayo en la actualidad es un centro financiero muy importante, en él se han establecido diferentes agencias bancarias (Bancos Nacionales como El banco de la Nación o Interbank hasta bancos internacionales como Scotiabank), y es que al igual que se da el crecimiento comercial, estas empresas también están creciendo, pues ambas van de la mano. Así de esta manera por medio de datos de encuesta se dará a conocer las principales actividades tendenciales en estos tipos de agencias bancarias.

Principales Actividades en Agencias Financieras

Tipo de actividad		
Actividades Financieras	Pagos y retiros en efectivo	50%
	Cajeros Automáticos	30%
	Prestamos	15%
	Consultas	15%

Tabla 23 – Principales Actividades en Agencias Financieras.

Fuente y Elaboración Propia – Encuesta al consumidor en Chiclayo

Se deduce de la tabla número 23 que mayormente se acude a las agencias bancarias con el propósito de hacer pagos o generar retiros. Y en un segundo plano están los préstamos y consultas.

4.4.9 AGENCIAS PÚBLICAS Y DE PAGOS

Muy aparte de las agencias bancarias, tenemos instituciones públicas y agencias de pagos, pues son otros principales motivos de audiencia en el centro de la ciudad. En cuanto a agencias de pagos tenemos los pagos de servicios como Luz, Agua, Telefonía, SATCH, y en cuanto a instituciones públicas tenemos a la Reniec, Sunarp, Sunat entre otros. Del mismo modo y por medio de encuestas analicemos las principales actividades tendenciales en este tipo.

Principales Actividades en Agencias Públicas y de pagos

Tipo de actividad		
Pagos en efectivo	Pagos al SATCH	25%
	Pagos de Luz	15%
	Pagos de Agua y desagüe	15%
	Pagos de Telefonía	15%
Movimientos Públicos	Tramites públicos	20%
	Consultas y reclamos	10%

Tabla 24 – Principales Actividades en Agencias Públicas y de pagos.

Fuente y Elaboración Propia – Encuesta al consumidor en Chiclayo

Como bien se aprecia en la tabla número 24, los pagos de servicios y tramites de instituciones públicas, generan una gran afluencia en el centro de Chiclayo.

4.4.10 CENTROS DE OCIO Y RECREACIÓN

Este es un tema muy importante en el presente estudio, pues muy aparte de los consumos comerciales y de servicios que se dan en Chiclayo, está el consumo de ocio y uso recreacional, ahora, si tocamos este tema notamos que nos solo hablamos de actividades gastronómicas (Restaurantes) o de diversión (Multicines, Discotecas, etc.), también hablamos de actividades que comprenden la actividad física y de interacción y es que este es un punto bajo que presenta el centro de Chiclayo, si bien presenta un gran porcentaje de área comercial, donde se pueden dar todas las actividades ya mencionadas, también presenta áreas libres donde se dan estos usos de interacción pública y recreacional. Y es que como ya se había mencionado en capítulos anteriores, Chiclayo presenta un déficit de espacio público o de áreas libre, pues solo se cuenta con El Parque Principal, La Plazuela Elías Aguirre, o El Parque Infantil para una ciudad que está en crecimiento urbano poblacional día a día.

Así de este modo se puede deducir que las actividades de ocio y recreacional se pueden dar de dos tipos: en áreas techadas o áreas libres, veamos por encuestas al consumidor las principales tendencias de consumo en Chiclayo.

4.4.10.1 Ocio y Recreación en áreas Techadas.

En cuanto a empresas de servicios que ofrecen ocio y recreación en áreas techadas, Chiclayo presenta muchas alternativas, entre las que tenemos: restaurantes (En la actualidad existe una gran cantidad de centros gastronómicos en la ciudad), bares, casinos, discotecas (su gran audiencia se dan los fines de semana por la noche), multicines (El único que presenta Chiclayo es Cineplanet en Real Plaza, que es uno de los principales índices de audiencia a este centro comercial) karaokes, juegos de mesa, entre otros más. Del mismo modo y por medio de encuestas analicemos las principales actividades tendenciales en este tipo.

Principales Actividades de Ocio y Recreación en áreas techadas

Tipo de actividad		
Actividades Ocio-Recreacional	Audiencia a Restaurantes	50%
	Audiencia a Multicines	25%
	Audiencia a Gimnasios	15%
	Audiencia a Discotecas, Karaokes, Bares	7%
	Audiencia a Casinos	3%

Tabla 25 – Principales Actividades de Ocio y Recreación en áreas techadas.

Fuente y Elaboración Propia – Encuesta al consumidor en Chiclayo

Como se infiere en la tabla número 25, el 50 % de los consumidores acuden al centro de Chiclayo para el consumo gastronómico pues no solo se tienen restaurantes, también tenemos pollerías, cafeterías, snacks, parrilleras, lounge, entre otras opciones. En un segundo nivel de audiencia están los multicines, donde la empresa Cineplanet en Chiclayo es la única en la actualidad en ofrecer este servicio, luego se tiene la concurrencia a gimnasios, y centros de diversiones como bares, karaokes y discotecas, por el último tenemos los juegos de mesa o casinos.

4.4.10.2 Ocio y Recreación en áreas Libres.

Este tipo de consumo, recreación o interacción de personas en un área determinada, puede ser bien público (plazas públicas) o privado (empresas de servicios), pero es el principal déficit que muestra la ciudad de Chiclayo, pues si hablamos de plazas o espacios públicos (áreas libre verdes) el centro de Chiclayo solo cuenta con el Parque Principal, La Plazuela Elías Aguirre y El Paseo Las Musas, entre sus principales referentes, en cuanto a áreas de recreación solo tenemos el Parque Infantil, y las distintas mini canchas deportivas que se han venido dando en la ciudad. Del mismo modo y por medio de encuestas analicemos las principales actividades tendenciales en este tipo.

Principales Actividades de Ocio y Recreación en áreas libres

Tipo de actividad		
Actividades Ocio-Recreacional	Audiencia a Plazas Públicas	55%
	Audiencia a Parques Recreativos	20%
	Audiencia a Canchas deportivas	15%

Tabla 26 – Principales Actividades de Ocio y Recreación en áreas libres.

Fuente y Elaboración Propia – Encuesta al consumidor en Chiclayo

Como se infiere en la tabla número 26, el mayor porcentaje de audiencia en actividades ocio recreacional se da a las plazas públicas, el principal inconveniente, el déficit de estos espacios en Chiclayo.

Principales actividades de Consumo y Recreación de los actuales centros de comercio en Chiclayo.

Tipo de Centro	1° Actividad	2° Actividad	3° Actividad
Tienda Independiente	Venta de ropa	Venta de calzado	Venta de Otros artículos
Mercado Minorista	Venta de alimentos	Venta de abarrotes	Ventas de productos industrializados
Mercado Mayorista	Venta de alimentos	Venta de abarrotes	Ventas de productos industrializados
Súper Mercado	Productos industrializados	Abarrotes, Ropa, y Calzado,	Artefactos, Artículos para el hogar
Tienda por departamento	Venta de ropa	Venta de calzado	Artefactos, Artículos para el hogar
Galería comercial	Venta de ropa	Venta de calzado	Artefactos, Artículos para el hogar
Centro Comercial	Alimentos, Ropa y Calzado	Agencias financieras, Patios de comidas	Multicines, Gimnasios
Agencias Financieras	Pagos y retiros en efectivo	Cajeros Automáticos	Préstamos y Consultas
Agencias de Servicios Públicas y Privados	Pagos de servicios público y privado	Tramites Públicos	Consultas y Reclamos
Centros de ocio y Entretenimiento en Área Techada	Audiencia a Restaurantes	Audiencia a Multicines y Gimnasios	Audiencia a Casinos y otros.
Centros de ocio y Entretenimiento en Área Libre	Audiencia a Plazas Públicas	Audiencia a Parques Recreativos	Audiencia a canchas deportivas

Tabla 27 – Principales actividades de Consumo y Recreación de los actuales centros de comercio en Chiclayo.
Fuente y Elaboración Propia – Estudio de campo Aplicado

Como se infiere de la tabla número 27, las personas acuden al centro de Chiclayo, para satisfacer sus necesidades primarias de consumo, luego la vestimenta, seguido están los pagos y tramites públicos financieros junto a las actividades de ocio y recreación.

Ya es sabido que los centros de comercio carecen de un área de estancia para la sociedad o espacio público, y a su vez las áreas verdes o de recreación, están separadas de estos centros de comercio, dividiendo las actividades por un lado en el consumismo y por otro lado la recreación y sociabilización, careciendo de poder de convocatoria, plurifuncionalidad y flexibilidad como afirma Gisela Olivari Feijo en su tesis, ya que tanto los centros de comercio como las mismas áreas recreativas, solo reciben a la población para un solo tipo de uso, que puede ser consumo por un lado, o recreación por otro.

4.5 PROPUESTA ARQUITECTÓNICA INNOVADORA: EDIFICIO COMERCIAL CON ESPACIO PÚBLICO

El presente capítulo desarrollara la propuesta arquitectónica y para esto es necesario estructurarlo en tres fases o estrategias que servirán para dar el nombre y concepto al proyecto, la forma del edificio y la función del mismo.

4.5.1 ESTRATEGIA CONCEPTUAL DEL PROYECTO

Como se había mencionado en el capítulo del marco normativo, para la definición y nombre del proyecto será necesario apegarnos a lo que indica el reglamento nacional de edificaciones. De este modo tenemos lo siguiente:

Reglamento Nacional de Edificaciones – Norma A 0.70 Comercio
Artículo 2- Tipos de Edificaciones

Complejo Comercial: conjunto de edificaciones independientes constituido por locales comerciales y/o tiendas por departamento, zonas para recreación activa o pasiva, servicios comunales, oficinas etc.

Como indica la norma el término más apropiado para el nombre del proyecto es el de: Complejo Comercial, pues trata sobre un comercio que cuente con espacios públicos y recreativos, donde se puede proyectar de forma más libre y quizás no tan cerrada como lo es un centro comercial privado.

En vista que el espacio público es la propuesta innovadora agregada al proyecto, se nombrara finalmente a este como: Complejo Comercial con Espacio Público, pues el diseño arquitectónico no solo se centrara en el área comercial, también se tomara en cuenta el espacio público contenido en el proyecto.

4.5.2 ESTRATEGIA FUNCIONAL DEL PROYECTO

Para llegar a la Función y Programa Arquitectónico, es necesario indicar las actividades más tendenciales que se desarrollan en el centro de Chiclayo, pues como se ha visto en cada centro de comercio sus actividades principales son diferentes una de otro.

A continuación, en la tabla 27 (en los casilleros coloreados) veremos cómo las principales tendencias de consumo comercial en Chiclayo son la compra de alimentos de primera necesidad (productos perecibles, abarrotes y productos industrializados), la ropa, el calzado, en un segundo plano esta la venta de artefactos, electrodomésticos y artículos para el hogar.

Principales actividades de Consumo y recreación de los actuales centros de Comercio en el centro de Chiclayo

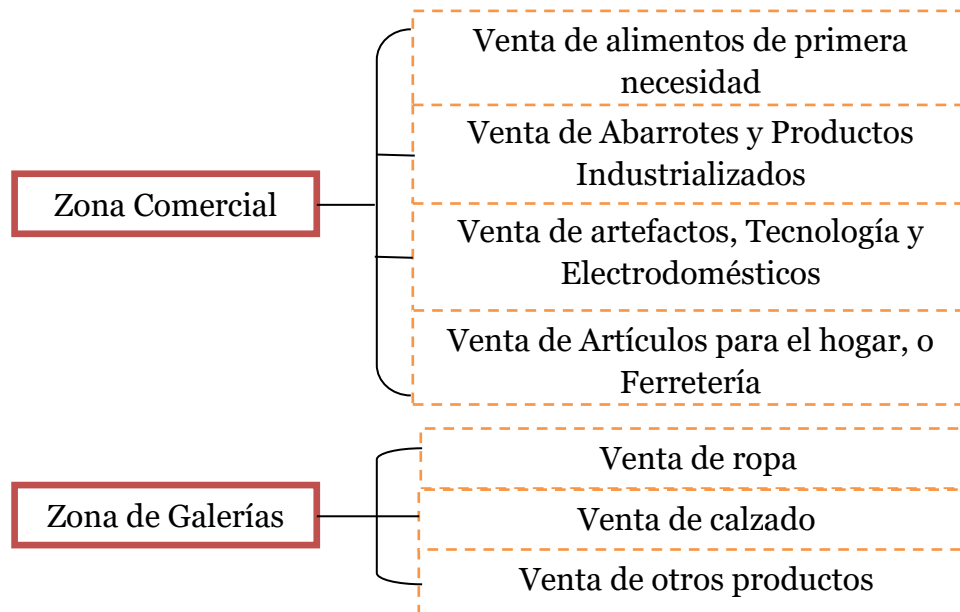
Tipo de Centro	1° Actividad	2° Actividad	3° Actividad
Tienda Independiente	Venta de ropa	Venta de calzado	Venta de Otros artículos
Mercado Minorista	Venta de alimentos	Venta de abarrotes	Ventas de productos industrializados
Mercado Mayorista	Venta de alimentos	Venta de abarrotes	Ventas de productos industrializados
Súper Mercado	Productos industrializados	Abarrotes, Ropa, y Calzado,	Artefactos, Artículos para el hogar
Tienda por departamento	Venta de ropa	Venta de calzado	Artefactos, Artículos para el hogar
Galería comercial	Venta de ropa	Venta de calzado	Artefactos, Artículos para el hogar
Centro Comercial	Alimentos, Ropa y Calzado	Agencias financieras, Patios de comidas	Multicines, Gimnasios
Agencias Financieras	Pagos y retiros en efectivo	Cajeros Automáticos	Préstamos y Consultas
Agencias de Servicios Públicas y Privados	Pagos de servicios público y privado	Tramites Públicos	Consultas y Reclamos
Centros de ocio y Entretenimiento en Área Techada	Audiencia a Restaurantes	Audiencia a Multicines y Gimnasios	Audiencia a Casinos y otros.
Centros de ocio y Entretenimiento en Área Libre	Audiencia a Plazas Públicas	Audiencia a Parques Recreativos	Audiencia a canchas deportivas

Tabla 27 – Principales actividades de Consumo y Recreación de los actuales centros de comercio en Chiclayo. Fuente y Elaboración Propia – Estudio de campo Aplicado

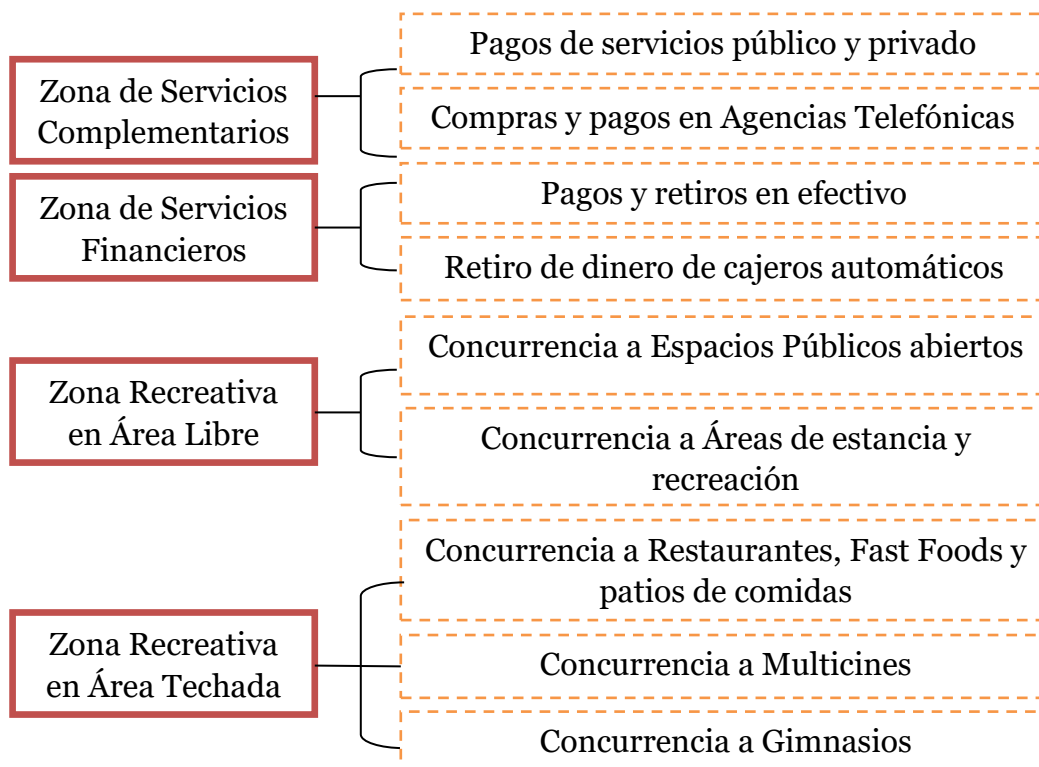
En cuanto a las actividades de agencias financieras tenemos, los pagos y retiros en efectivos y el uso de cajeros automáticos. En cuanto a las agencias de servicios público y privado están el pago y tramite que se pueden realizar en ellas. Y en cuanto a las actividades de ocio y recreación, tenemos el consumo en restaurantes, visita a las plazas públicas, multicines, gimnasios y parques recreativos.

De este modo sabiendo las actividades que con más frecuencia se realizan en el centro de Chiclayo por parte de los consumidores se pueden inferir las siguientes zonificaciones y actividades que se daría en ellas.

4.5.2.1 Zonificación y actividades a realizarse



Hasta ahora las zonificaciones mencionadas y sus actividades, son características de un mercado minorista, supermercado, tienda ferretera, tienda por departamento y galerías comerciales pues se enfoca en la venta de productos alimenticios, ropa, calzado, artículos para el hogar, entre otros, el plus agregado en el proyecto es el de ubicar zonas donde se puedan realizar actividades que son muy concurrentes también en el centro de Chiclayo como las actividades financieras, públicas, y de recreación. Además, que agregando a este tipo de actividades le da el carácter de un Complejo Comercial con Espacio Público abierto. Veamos entonces qué tipo de zonas y actividades se pueden agregar al proyecto comercial.



De esta manera se indican las zonificaciones finales y todas las actividades que se pueden realizar en ellas, para tratar de generar un proyecto similar a un centro en Chiclayo.

4.5.2.2 Zonificación y Programa Arquitectónico

ZONAS	SUB ZONAS	AMBIENTES	ÁREA m2	
ZONA COMERCIAL	ZONA COMERCIAL TIENDAS ANCLA	Supermercado	5070.00	
		Tienda Ferretera	3110.00	
		Tienda por Dpto. 1	2930.00	
		Tienda por Dpto. 2	3370.00	
	ZONA COMERCIAL	ZONA COMERCIAL	Galerías Com. Primer Nivel	1860.00
			Galerías Com. Segundo Nivel	2890.00
ZONA FINANCIERA Y DE SERVICIOS COMPLEMENT.	Z. FINANCIERA	Agencias Financieras	620.00	
	ZONA DE SERVICIOS COMPLEMENT.	Agencias Telefónicas	440.00	
		Agencia de Pagos de Servicios Público y Privado	100.00	
ZONA DE RECREACIÓN Y ESPACIO PÚBLICO	ZONA DE COMIDAS	Restaurantes	1630.00	
		Fast Foods	650.00	
		Patio de Comidas	1500.00	
	ZONA DE OCIO Y DEPORTE	Multicines	2500.00	
		Gimnasio	575.00	
	ZONAS DE ESTANCIA	Áreas de Recreación	530.00	
Plazas Públicas		6500.00		
ZONA DE SERVICIOS GENERALES	SERVICIOS GENERALES INTERNOS	Almacenes Privados	1000.00	
		Almacén y Deposito	1170.00	
		Estacionamiento de Servicios	1300.00	
		Cuartos Especiales y Botiquín	390.00	
		SSH Personal	150.00	
		Comedor Personal + Guard.	200.00	
	SERV. GEN. PÚBLICO	Estacionamiento Público	10040.00	
		SSH Público	685.00	
ZONA ADMINISTRATIVA		Administración	300.00	
ÁREA TOTAL			49510 m2	

Tabla 28 – Zonificación y Programa Arquitectónico.

Fuente y Elaboración Propia – Estudio de campo Aplicado

4.5.3 ESTRATEGIA FORMAL DEL PROYECTO

“Repensando la configuración del comercio tradicional”, para llegar a la forma del proyecto es necesario tener en cuenta referentes que te ayuden a diseñar una arquitectura innovadora combinada entre el espacio público y el comercio, pues el primero es el gran déficit que necesita Chiclayo y es ahí el punto de quiebre para mostrar una forma de comercio, separándonos del comercio tradicional que presenta la ciudad.

Además, no solo se tienen en cuenta los referentes, es necesario analizar el terreno y su entorno, tomar en cuenta, las trayectorias, los flujos, los accesos vehiculares, los accesos peatonales, y la continuidad con su entorno.

4.5.3.1 Referente Arquitectónico

Este referente a indicar es de mucha ayuda al proyecto, pues rompe con la forma tradicional de los comercios en Chiclayo mezclándose su área comercial con el espacio público.

Proyecto: Mercado del Ocho – AQSO Arquitectos, Lianyungang – China



Foto 29: Mercado del ocho
Fuente Plataforma Arquitectura



Foto 30: Mercado del ocho
Fuente Plataforma Arquitectura

Al contrario de la gran caja cerrada que tradicionalmente se piensa para contener un comercio-, se divide en cinco cuerpos interconectados entre sí, exteriormente envueltos por una fachada translúcida. Esta estructura logra generar una circulación serpenteante en constante relación con el paisaje y el entorno que lo rodea.

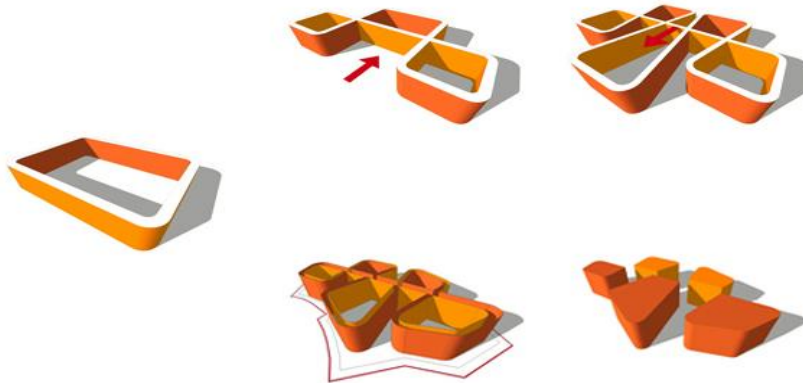
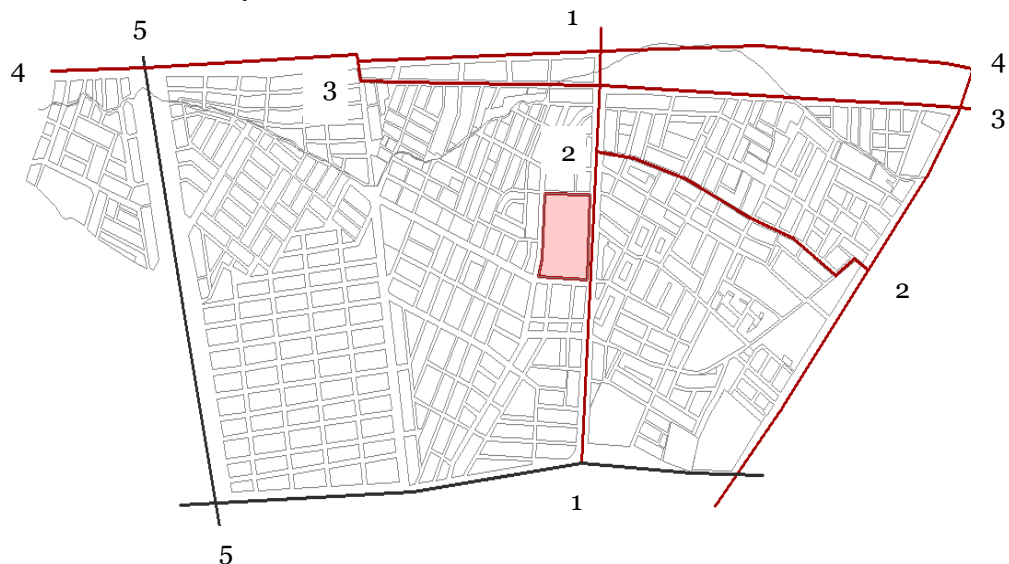


Foto 31: Mercado del ocho
Fuente Plataforma Arquitectura

Como se observa en la imagen la forma tradicional de la caja cerrada, va amoldándose, generado por las trayectorias, llegando a romperse la caja rígida comercial.

4.5.3.2 Flujos del Terreno

Es necesario conocer el terreno y su entorno a intervenir, pues el diseño y la arquitectura, responde a estos patrones. Como ya se sabe se analizó y se eligió el sector donde se va a intervenir, y es el sector 21, ubicado al sur oeste de Chiclayo, Veamos pues cuales son los flujos más importantes del terreno y su entorno.



Flujos directos al terreno ——— Flujos indirectos al terreno ———
 1-1 Avenida Cajamarca, 2-2- Avenida Pacasmayo, 3-3 Avenida Las Américas
 4-4 Avenida Bolognesi, 5-5 Vía de Evitamiento

Gráfico 55: Flujos de terreno
Fuente y Elaboración Propia

Como se observa en el grafico los flujos más importantes que llegan al terreno, son las avenidas Cajamarca y Pacasmayo, y es de consideración pensar en una aproximación al edificio por esas dos avenidas.

4.5.3.3 Trayectorias del Entorno al Terreno

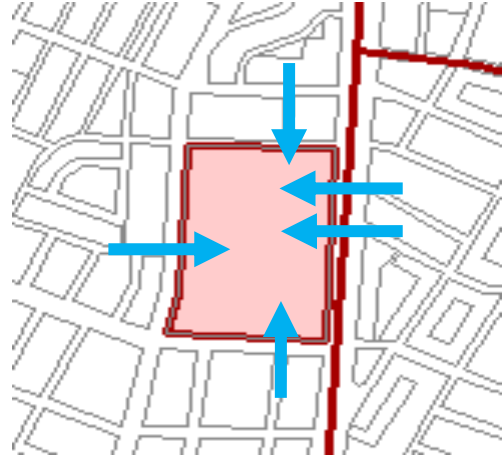


Gráfico 56: Trayectorias del entorno al terreno
Fuente y Elaboración Propia

Como se observa en el grafico existen diferentes trayectorias que llegan del entorno hacia el terreno, probablemente servirán para insertarse al espacio público.

4.5.3.4 Accesos Peatonales y Vehiculares

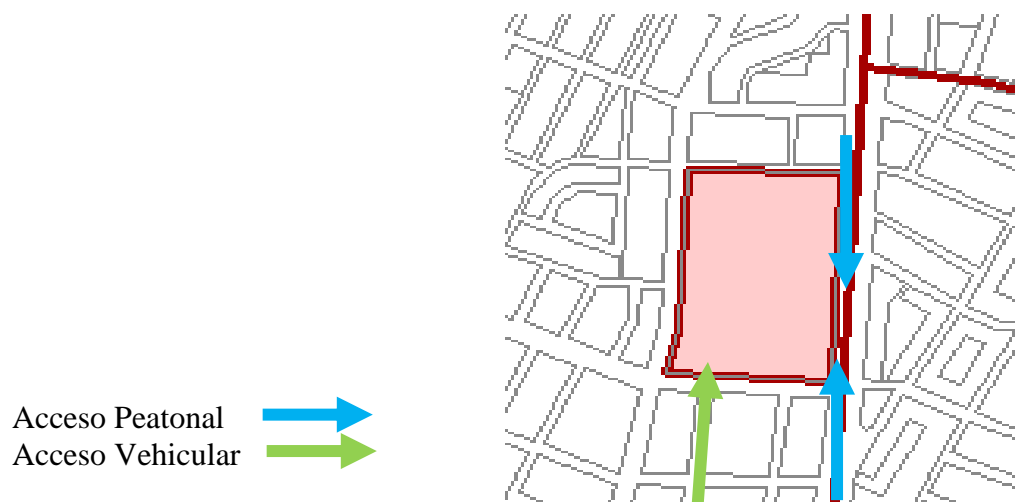


Gráfico 57: Accesos peatonales y vehiculares
Fuente y Elaboración Propia

Como se observa en el grafico la avenida Cajamarca que es la de mayor sección se puede utilizar para los accesos peatonales, mientras que su avenida colindante al sur se tomaría para los accesos vehiculares y esto se da para no generar congestionamiento vehicular, al acceder al edificio.

4.5.3.5 Generación de la forma del Proyecto

Una vez habiendo identificado los flujos y trayectorias principales del terreno, juntos a los accesos hacia este, se da paso a la generación de la forma del edificio. Veamos cómo se da:

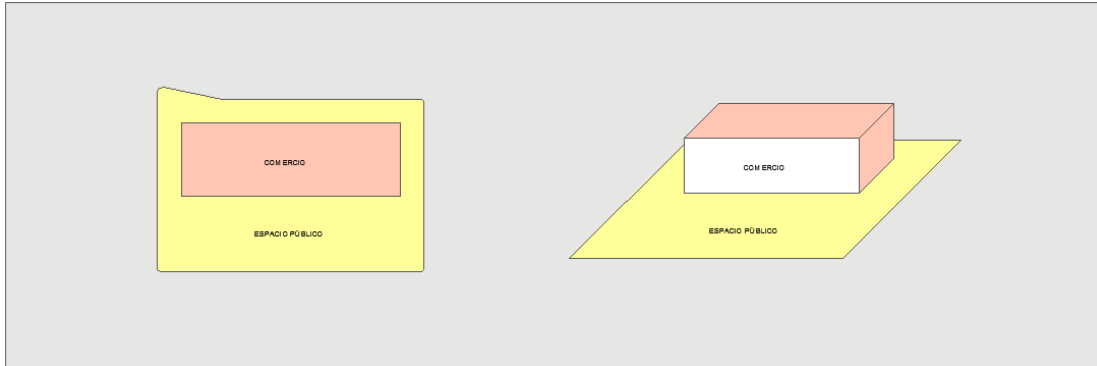


Gráfico 58: Generación del Proyecto
Fuente y Elaboración Propia

Se tiene en claro que el proyecto a proponer debe contar con su área comercial y su área de espacio público, en una proporción relativa, donde no haga falta ninguna de las dos.

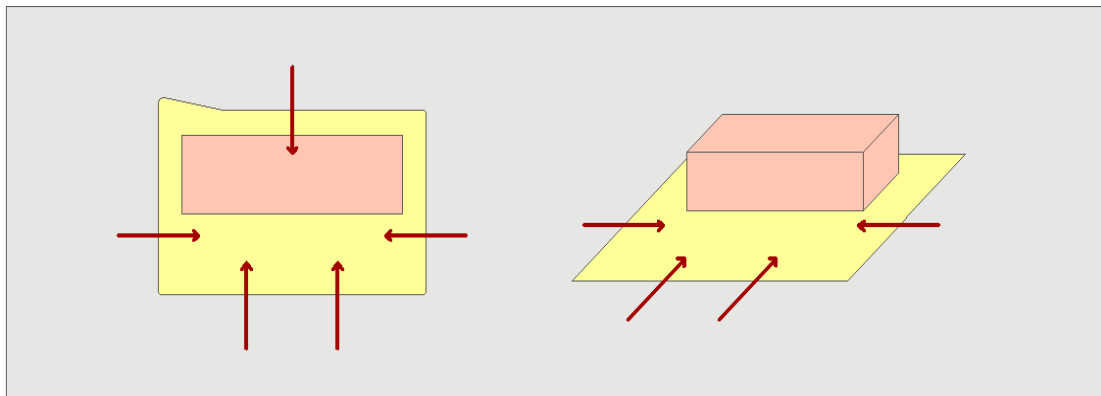


Gráfico 59: Generación del Proyecto
Fuente y Elaboración Propia

Una vez identificado el comercio con el espacio público, se comienzan a reconocer las trayectorias y flujos. Estas deben influir y amoldar con la inserción del espacio público dentro del área comercial. Las flechas de color rojo representan el flujo peatonal, lo que indica que el edificio debe abrirse hacia esos espacios, para el ingreso del público.

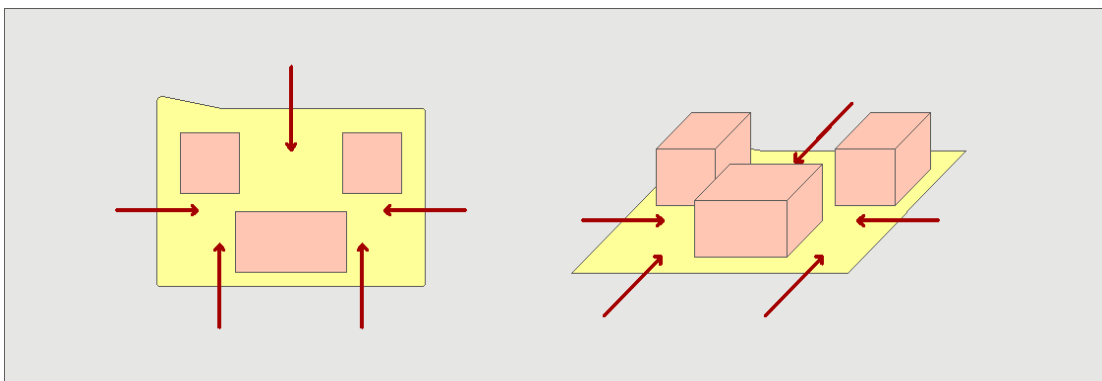


Gráfico 60: Generación del Proyecto
Fuente y Elaboración Propia

Los flujos venidos por el entorno y las vías principales, comienzan a amoldar el área comercial, alternándose e introduciéndose el espacio público como remate de estas trayectorias, estas se van insertando interiormente en el edificio comercial.

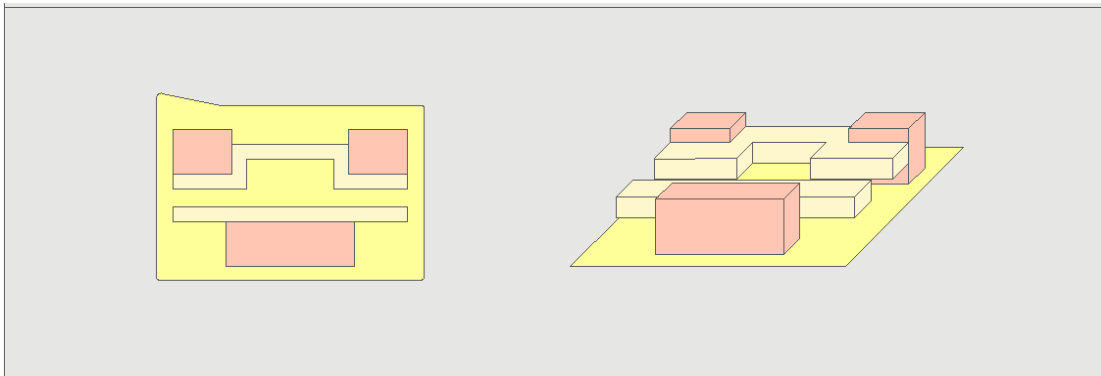


Gráfico 61: Generación del Proyecto
Fuente y Elaboración Propia

Una vez repartido proporcionalmente el área comercial con el espacio público, se comienzan a reconocer potentes zonas de comercio, para generar una tensión y un recorrido en el edificio comercial, en donde se sitúan hacia los extremos las tiendas más importantes y de mayor área (tiendas ancla) y luego se agregaría un corredor interior, semejándose a una galería comercial.

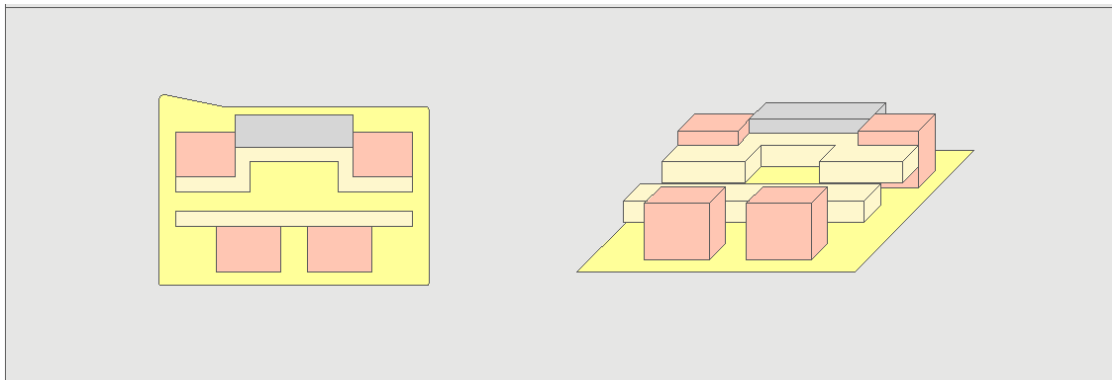


Gráfico 62: Generación del Proyecto
Fuente y Elaboración Propia

Finalmente, una vez ubicada las principales tiendas (tiendas ancla), combinadas con un área de galería comercial y espacio público, se sitúa en la parte posterior del edificio comercial la zona de servicios generales que como todo proyecto de esta envergadura debe contar, para así poder abastecer al proyecto integral.

Así pues, una vez habiéndose visto la problemática del centro de Chiclayo, analizado sus tipologías comerciales, una vez escogido el terreno donde proyectar y determinando las necesidades a cubrir de los pobladores de Chiclayo, se opta por una propuesta integral de un comercio que satisfaga todas las necesidades posibles, combinado a distintos espacios públicos, espacios que por medio de su buen acceso apertura al edificio y permitan la estancia del ciudadano para sus actividades colectivas, a su vez estos espacios conectarán el edificio propuesto con la red urbana existente, la combinación del comercio con el espacio público, lograra darle carácter y jerarquía al edificio propuesto. De este modo se cumplirá con las distintas cualidades de espacio público mencionada en las Bases Teóricas que son: Titularidad, Poder de convocatoria, plurifuncionalidad, accesibilidad, flexibilidad entre otros.

4.5.4 ADECUACIÓN DEL PROGRAMA ARQUITECTÓNICO A LA FORMA DEL EDIFICIO

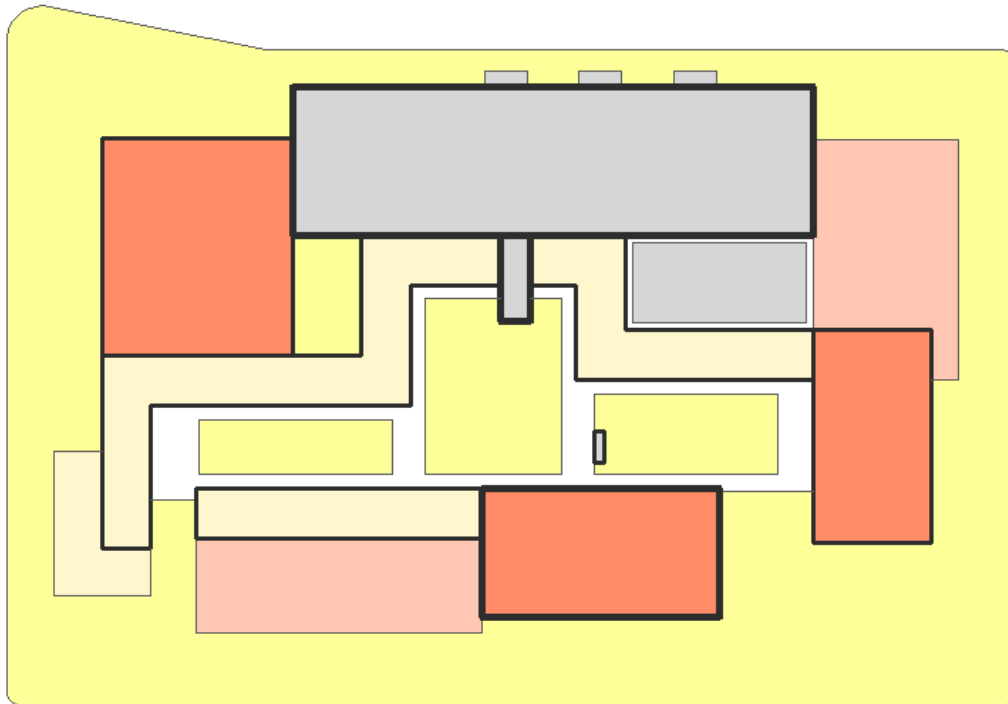


Gráfico 63: Adecuación del programa a la forma del proyecto
Fuente y Elaboración Propia

- Zona Comercial – Tiendas Ancla en segundo nivel
- Zona Comercial – Tiendas Ancla en primer nivel
- Zona Comercial – Galerías y Restaurantes
- Espacios Públicos, Patio de comidas y Áreas de Recreación
- Zona de Servicios Generales



Una vez ya obtenida la forma del edificio se tratará de adecuar el programa arquitectónico en él, donde ya se había explicado anteriormente, que en los extremos estarán las tiendas anclas: Supermercado, Tienda por departamento, Tienda Ferretera y Multicines, y en la parte interior en forma de recorrido estarán distintas tiendas independientes que se convertirán en una galería comercial, por último, en la parte interior del proyecto estarán alternados los espacios públicos. Por la magnitud del proyecto este se desarrollará en dos niveles (en algunas zonas en 3), veamos en el siguiente capítulo como se distribuyen en el terreno seleccionado.

4.5.5 MASTER PLAN

Así finalizado las estrategias para la generación del proyecto continuamos con el master plan, en donde identificamos al proyecto en conjunto con su entorno (revisar plano en página 92)

Por la zona Este tenemos el acceso peatonal por la avenida Cajamarca y frente a ello la actual urbanización Villa del Norte, urbanización creada y consolidada hace varios años.

Por la zona sur tenemos la vía alterna 1 en donde también se da el acceso peatonal, pero en esta vía contamos con el acceso vehicular al público del complejo comercial, frente a ello tendremos nuevas manzanas, que, aunque no estén constituidas, se encuentran proyectadas.

Por la zona norte tenemos la vía alterna 3, también de acceso peatonal y frente a ella, tendremos nuevas manzanas, que, aunque no estén constituidas se encuentran proyectadas.

Por último, por la zona oeste tenemos la vía alterna 2 o Avenida El Comercio de acceso vehicular a los servicios del complejo comercial y acceso peatonal - vehicular a la tienda ferretera y frente a ello tenemos las urbanizaciones consolidadas Las Palmas y Villas del Sol.

Como se ve en el Master Plan el edificio estará cerca de manzanas proyectadas o vías de proyección, que, sumado a la buena accesibilidad de sus importantes vías, permitirá la consolidación de estas urbanizaciones dándole una importancia tanto social como económica de estos sectores de la ciudad.

4.5.6 PROYECTO ARQUITECTÓNICO

4.5.6.1 Plantas Generales del Proyecto

PLANTA PRIMER NIVEL (revisar plano en página 94)

La presente planta cuenta en primera instancia con el ingreso al complejo comercial, tanto de manera peatonal (por la avenida Cajamarca), y de manera vehicular por la vía alterna 1 (zona sur para el estacionamiento del público) y la vía alterna 2 o avenida El Comercio (zona oeste para el estacionamiento general).

En los extremos como tiendas anclas contamos, en la parte Norte, la Tienda por departamento 01 y la Tienda Ferretera, en la parte Central el ingreso al Multicines y en la parte Sur el supermercado, interiormente como parte del recorrido contamos con las tiendas independientes que forman parte de la galería comercial, a todo lo largo del edificio, en la parte sur se tienen la zona financiera con agencias bancarias, y exterior a ellas se cuenta con el gimnasio, también exterior al edificio en la zona este en la avenida Cajamarca contamos con la zona de servicios complementarios, para pagos en agencias, y las principales agencias telefónicas.

En cuanto a las áreas libres contamos principalmente en la parte central de todo el complejo, con el patio de comidas rodeado de distintas tiendas de comida rápida, y las áreas de estancia y espacios públicos ubicados en los ingresos del complejo e interior a este en la parte norte y sur, por último, como área libre se tiene un área de recreación para uso infantil, ubicado en la parte izquierda del patio de comidas.

Para finalizar, en la parte oeste del proyecto se sitúan los servicios generales del complejo donde se cuenta con ambientes como almacenes generales, depósitos cuarto especiales, y estacionamiento de servicios generales.

PLANTA SEGUNDO NIVEL (revisar plano en página 95)

Siguiendo con el recorrido para llegar a este nivel se llega por medio de las escaleras eléctricas, ascensores y escaleras internas que cuenta el proyecto.

En este nivel contamos con la presencia del segundo nivel de la tienda por departamento 01 en la parte norte, un recorrido tipo galerías formado por tiendas independientes a lo largo de todo el complejo, el ingreso al primer nivel de la tienda por departamento 02 en la parte central, por la parte central derecha tenemos el ingreso a la zona administrativa, por la parte central oeste se tiene el ingreso y salida al estacionamiento público, y en la parte sur el ingreso al segundo nivel del supermercado y el ingreso al restaurante principal del proyecto.

PLANTA TERCER NIVEL (revisar plano en página 96)

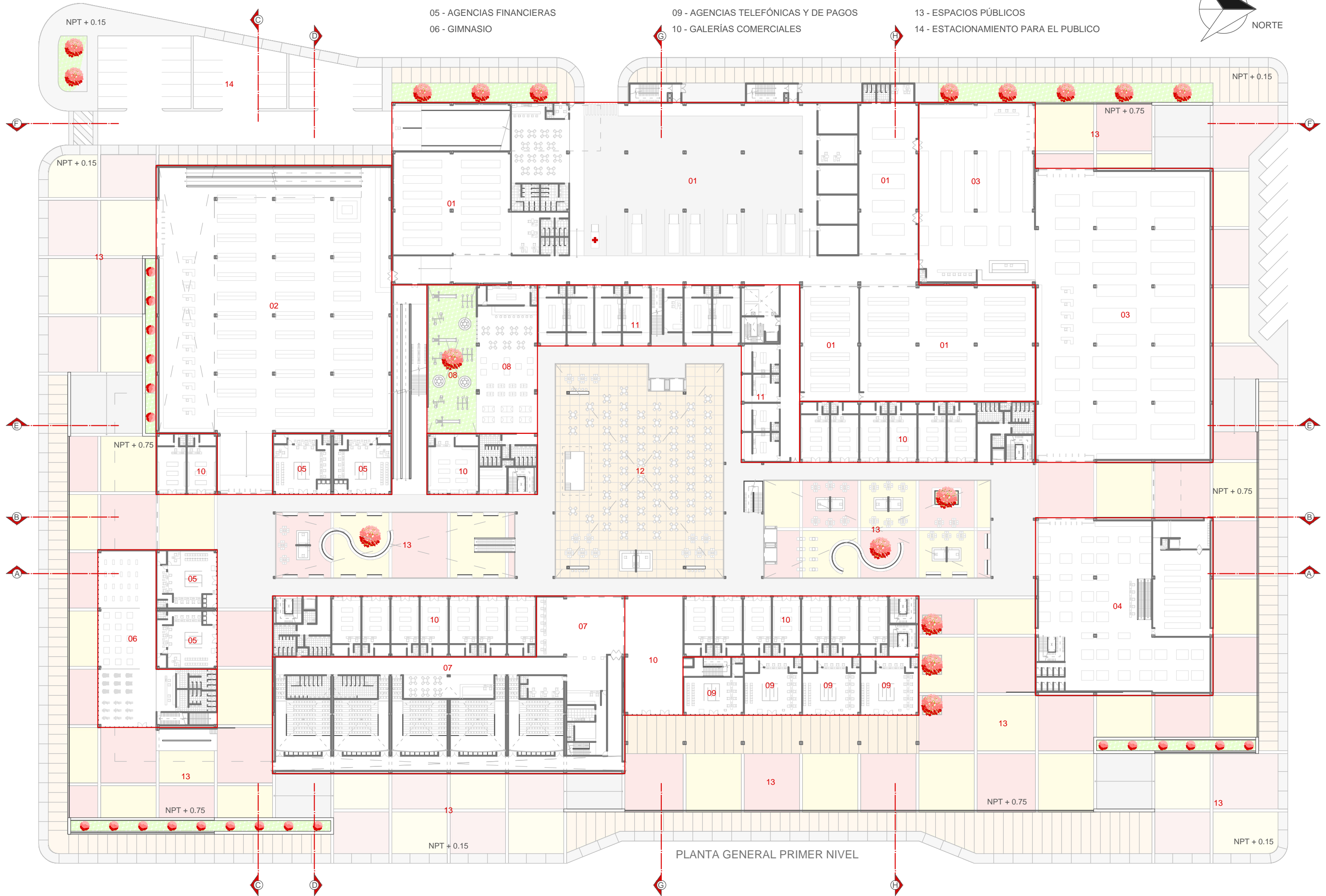
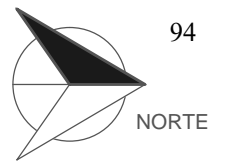
Finalizando el recorrido del complejo comercial, en este nivel contamos con la presencia del segundo nivel de la tienda por departamento 02, y el ingreso y salida del estacionamiento público.

01 - ZONA DE SERVICIOS GENERALES
02 - SUPERMERCADO

03 - TIENDA FERRETERA
04 - TIENDA POR DEPARTAMENTO 01
05 - AGENCIAS FINANCIERAS
06 - GIMNASIO

07 - MULTICINE
08 - ZONA RECREATIVA
09 - AGENCIAS TELEFÓNICAS Y DE PAGOS
10 - GALERÍAS COMERCIALES

11 - FAST FOODS
12 - PATIO DE COMIDAS
13 - ESPACIOS PÚBLICOS
14 - ESTACIONAMIENTO PARA EL PUBLICO

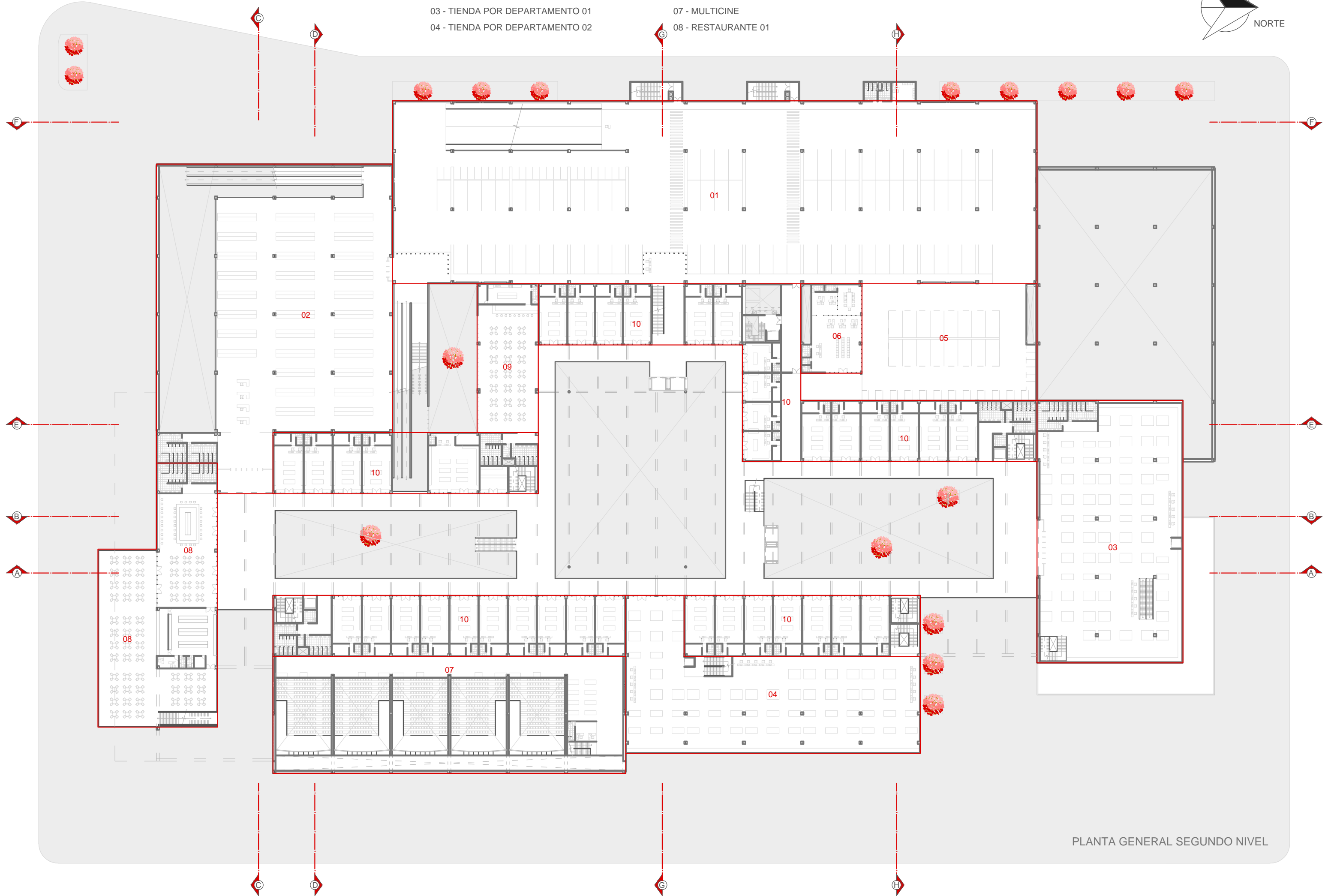
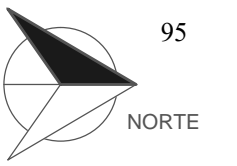


PLANTA GENERAL PRIMER NIVEL

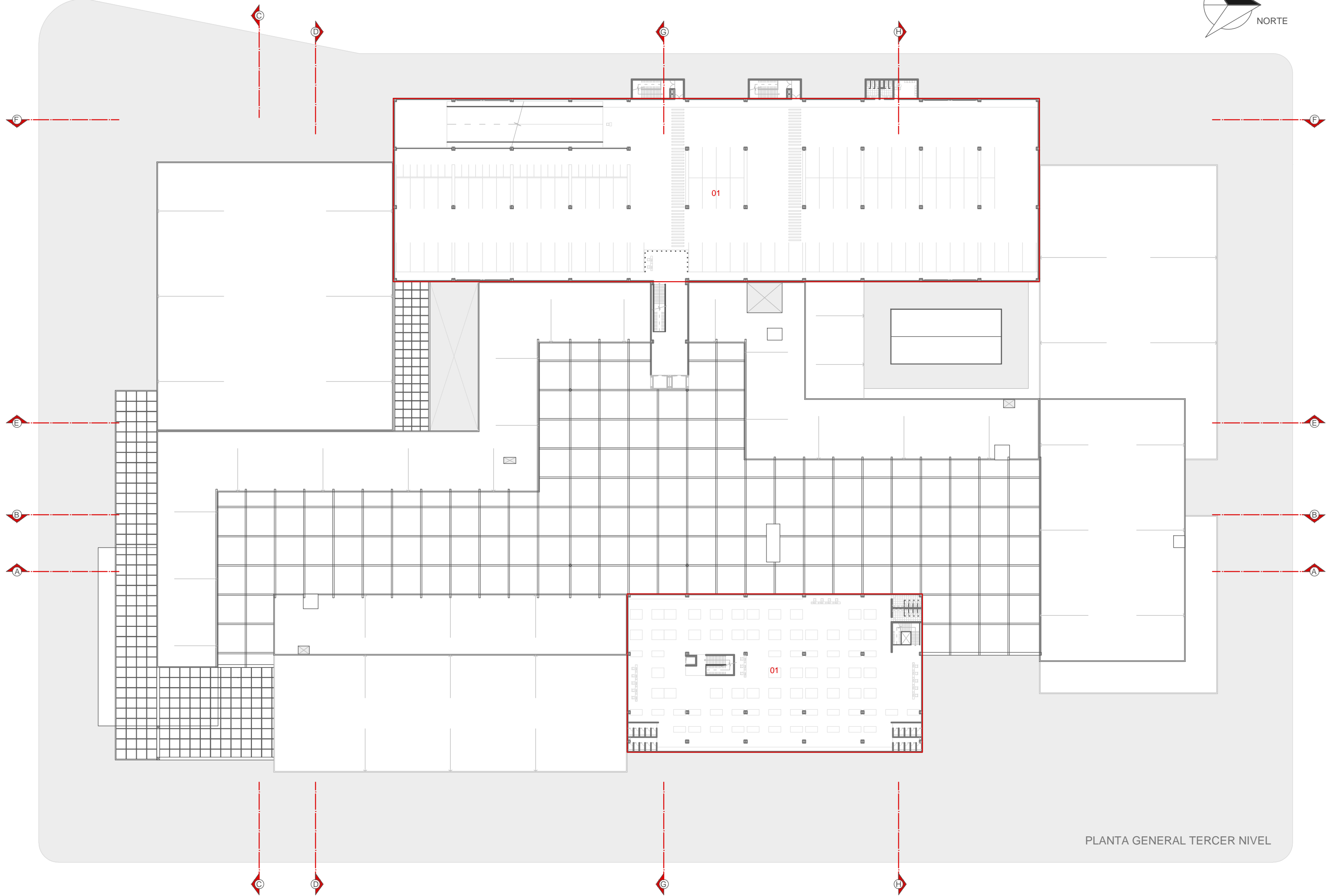
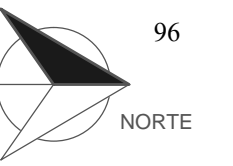
01 - ESTACIONAMIENTO PARA EL PUBLICO
02 - SUPERMERCADO
03 - TIENDA POR DEPARTAMENTO 01
04 - TIENDA POR DEPARTAMENTO 02

05 - ESTACIONAMIENTO ADMINISTRATIVO
06 - ZONA ADMINISTRATIVA
07 - MULTICINE
08 - RESTAURANTE 01

09 - RESTAURANTE 02
10 - GALERÍAS COMERCIALES



PLANTA GENERAL SEGUNDO NIVEL



PLANTA GENERAL TERCER NIVEL

4.5.6.2 Elevaciones Generales del Proyecto

Siguiendo con la descripción del proyecto en la elevación general oeste, podemos notar que el proyecto apertura al público por medio de tiendas anclas, y espacios públicos, tenemos a primera vista la tienda por departamento 01, tienda por departamento 02, multicines, zona de servicios complementarios y agencias telefónicas, y el restaurante sobre el gimnasio.

En la elevación general este tenemos la fachada de la zona de servicios generales donde se accede de manera peatonal y vehicular (para personal), están los distintos pisos del estacionamiento público, y están las dos cajas de las escaleras de evacuación en casos de emergencia, también se visualizan de manera más profunda la tienda ferretera y el supermercado.

En la elevación general sur se tiene el ingreso por medio del supermercado, y espacio público, el ingreso de los vehículos particulares al estacionamiento público, además de contar con la fachada del gimnasio y restaurante.

Por último, en la elevación general norte también contamos con el ingreso al complejo por la tienda por departamento 01, la tienda ferretera y el espacio público. (revisar plano en página 98)

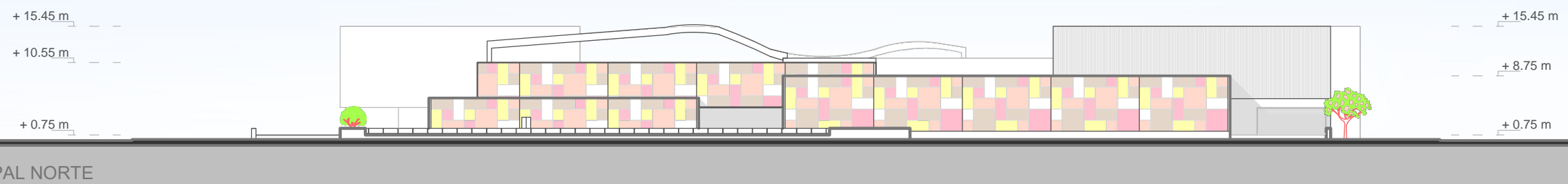
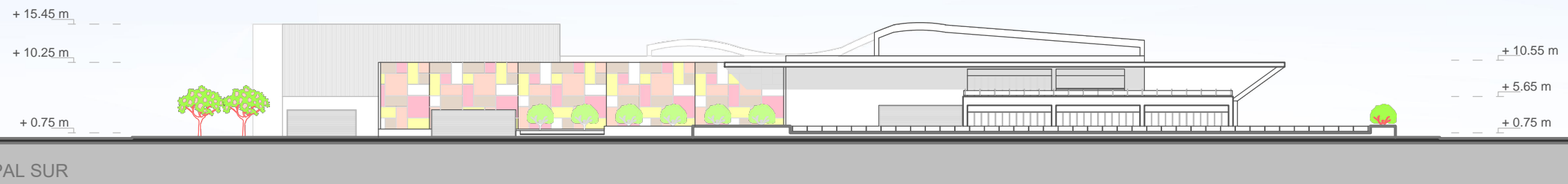
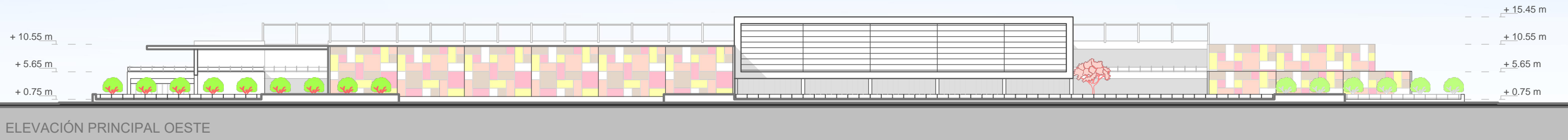
4.5.6.3 Cortes Generales del Proyecto

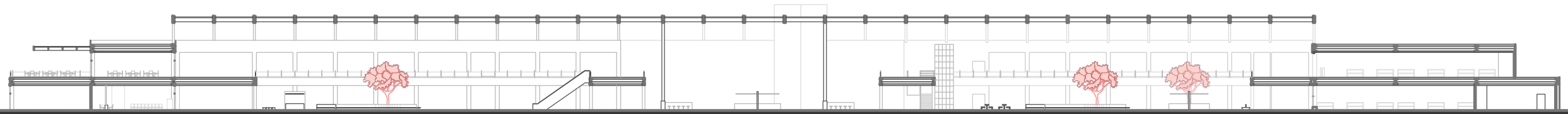
Como en todo proyecto es importante destacar los espacios internos y estos se pueden visualizar por medio de los cortes en donde tenemos los siguientes:

En la página 149 en el corte A-A se puede visualizar el gimnasio, agencia financiera y restaurante, también los espacios públicos internos con el patio de comidas, por último, la tienda por departamento 01 en sus dos niveles. En el corte B-B visualizamos la tienda por departamento 01 en sus dos niveles, los espacios públicos internos con el patio de comidas y por último, el ingreso al complejo por la zona sur con el restaurante en el segundo nivel. En el corte C-C visualizamos la zona financiera, el restaurante en el segundo nivel, y los dos niveles del supermercado. Finalmente, en el corte D-D visualizamos el supermercado en sus dos niveles, zona de galerías y agencia financiera, el espacio público en la zona sur, el paquete de servicios higiénicos con ascensores y por último el multicine en sus dos niveles.

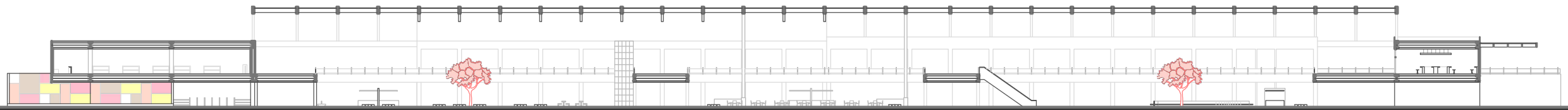
En la página 150 en el corte E-E se puede visualizar el supermercado en sus dos niveles, la zona recreativa y restaurante en segundo nivel, también el patio de comidas, fast foods, zona de galerías en sus dos niveles, el primer nivel de la tienda por departamento 01 y por último la tienda ferretera. En el corte F-F visualizamos la zona de servicios generales por completo con ambientes como el comedor de servicios, el estacionamiento de servicios, los cuartos especiales, almacenes, y en el segundo y tercer nivel el estacionamiento para el público. En el corte G-G visualizamos el estacionamiento de servicios y para el público, el ingreso al complejo por medio del estacionamiento, ascensor panorámico, el patio de comidas, el ingreso al complejo por la zona oeste, y los dos niveles de la tienda por departamento 02. Finalmente, en el corte H-H visualizamos el almacén de la tienda ferretera, el almacén del complejo comercial, la zona de galerías, el espacio público interno en la zona norte, las agencias telefónicas, y los dos niveles de la tienda por departamento 02. (revisar planos en páginas 99 y 100)

Toda esta descripción del proyecto y sus planos desde el Master Plan, Las Plantas Generales, Elevaciones Generales y Cortes Generales, también se pueden visualizar a una mejor escala en el anexo de planos que se entregara con esta presente tesis.

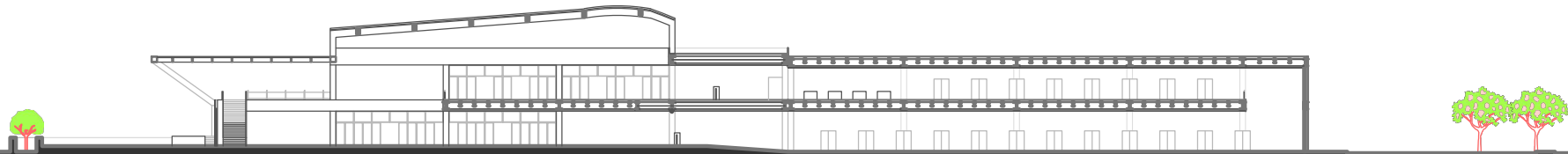




CORTE GENERAL A - A



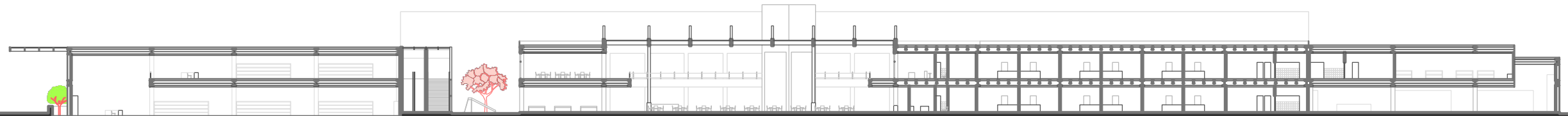
CORTE GENERAL B - B



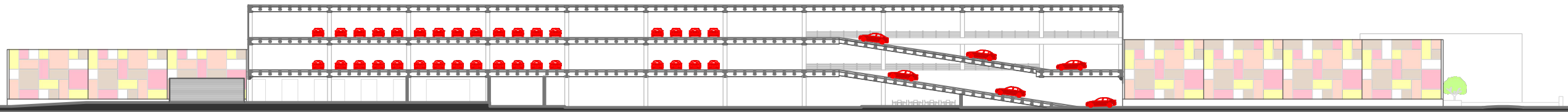
CORTE GENERAL C - C



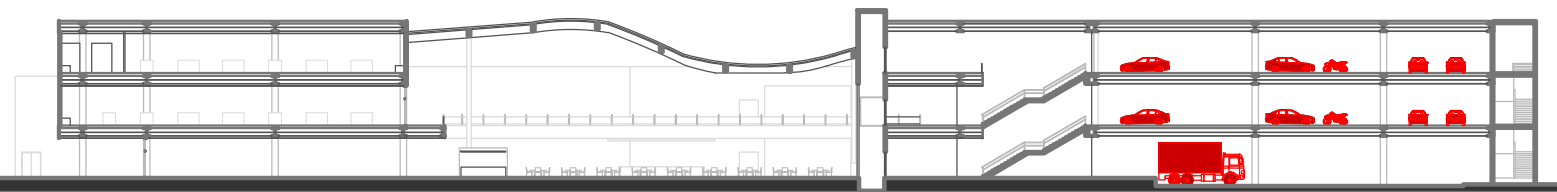
CORTE GENERAL D - D



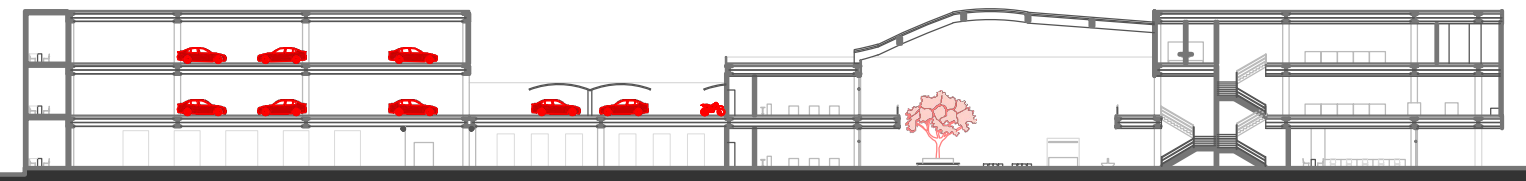
CORTE GENERAL E - E



CORTE GENERAL F - F



CORTE GENERAL G - G



CORTE GENERAL H - H

4.5.6.4 Imágenes del Proyecto

A continuación, se mostrará una serie de imágenes elaboradas, acerca del complejo comercial en conjunto como en fachada.

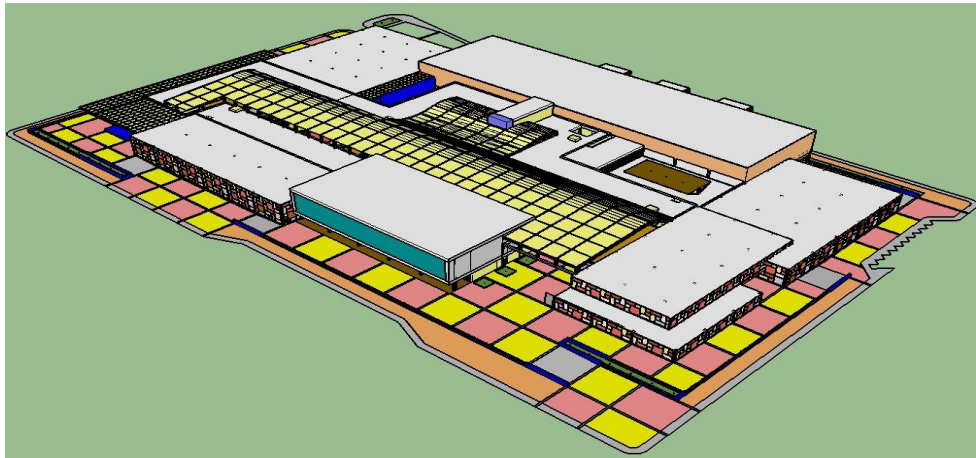


Foto 32: Vista General 1
Fuente y Elaboración Propia

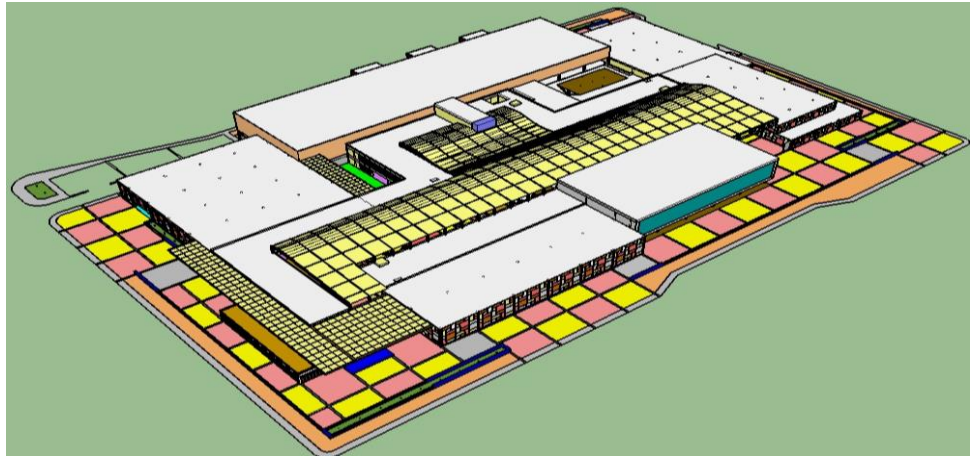


Foto 33: Vista General 2
Fuente y Elaboración Propia

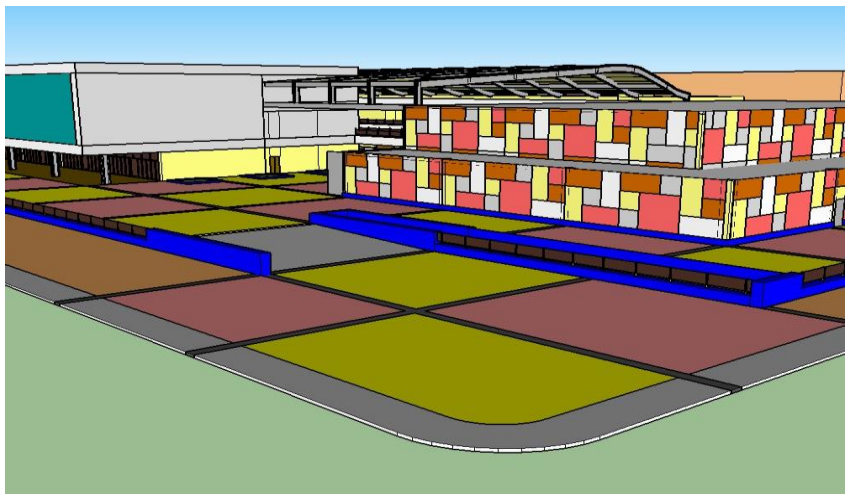


Foto 35: Acceso Zona Norte 1
Fuente y Elaboración Propia



Foto 34: Acceso Zona Sur 1
Fuente y Elaboración Propia

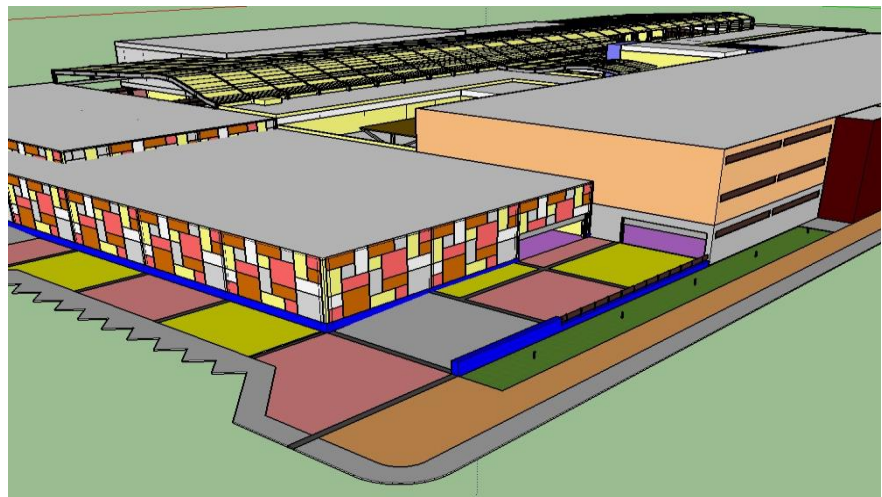


Foto 37: Acceso Zona Norte 2
Fuente y Elaboración Propia



Foto 36: Acceso Zona Sur 2
Fuente y Elaboración Propia

V. CONCLUSIONES

- Se aprecia que el centro de la ciudad ya es un área demasiado saturada y congestionada, por la gran presencia de edificios comerciales que luego de haberse analizado por una cadena causal notamos que el centro de Chiclayo, se encuentra en deterioro y permite que no se desarrollen nuevos centros de comercio en la periferia urbana.
- Muchos de los centros de comercio del centro de Chiclayo, no brindan las condiciones apropiadas de habitabilidad para el cliente, generando más bien problemática en el centro de la ciudad, además de que son solo áreas destinadas al consumismo y no a la interacción de personas, por falta de áreas libres y espacio público.
- Chiclayo presenta un alto crecimiento urbano-poblacional que no cesa, y ante este crecimiento aún no se logra descentralizar la ciudad comercialmente, para así tratar de consolidar esta nueva periferia dotándola de equipamiento comercial que tanto les hace falta.
- El centro de Chiclayo es un área dedicada al comercio, donde los pobladores de Chiclayo acuden para obtener sus productos de primera necesidad (alimento y vestimenta), pero no solamente estas actividades se dan en el centro de la ciudad, también están las actividades públicas, financieras de sociabilización y de recreación.
- La propuesta arquitectónica de comercio con espacio público, tratara de descentralizar el comercio en Chiclayo y buscara satisfacer las necesidades de consumo de la nueva periferia urbana, pero añadiéndole el uso de un espacio público, para que estos nuevos pobladores se sientan identificados con el edificio desarrollando en él, sus actividades colectivas de sociabilización, áreas de estancia y actividades que tanto necesita Chiclayo, ya que este es el principal déficit de la ciudad.

VI. RECOMENDACIONES

- Se recomienda que, en las próximas investigaciones, miremos más allá del centro de Chiclayo, pues es necesario consolidar esta periferia urbana, no solo de propuestas de comercio, también de diversos equipamientos como lo son la salud, la cultura, educación entre otros. Equipamientos que hoy por hoy ya son necesarios ante un alto crecimiento poblacional en las nuevas zonas de expansión urbana.
- Así a la vez en los siguientes estudios, no tener la visión de un proyecto que cumpla con las necesidades de los usuarios, sino también pensar en un proyecto que se comunique y conecte con la red urbana, mediante espacios públicos, que brinde identidad entre los ciudadanos con el edificio.
- A nivel de una jerarquía mayor (Municipalidades o Gobiernos Regionales) tomar en cuenta este modelo de proyecto como un parámetro para futuros equipamientos, donde prime la unión del proyecto y el espacio público, y que estos se conecten con la red urbana.

VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Reglamento Nacional de Edificaciones – RNE
- Sistema Nacional de Equipamientos Urbanos – SISNE
- Compendio Estadístico Departamental - Instituto Nacional de Estadísticas e Informática – INEI
- Factores críticos de éxito en los centros comerciales de Lima Metropolitana y el Callao, Otto Regalado, Cesar Fuentes, Gonzalo Aguirre, Román Miu y Renato Vallejo, Esan Ediciones.
- El Espacio Público Ciudad y Ciudadanía, Jordi Borja, Barcelona 2000
- Lambayeque, destinos Turísticos – Capuñay Campos, Francisco
- El Problema urbano, Fernando de Terán
- Estudios Urbanos, Espacio Público en la ciudad Popular Reflexiones y Experiencias desde el Sur, Guillermo Takano y Juan Tokeshi.
- Tesis: “Centro Comercial y de Entretenimiento en el Km 97.5 Asia”, Valeryn Cama Barbieri – Carla Reátegui Acuña, Universidad Ricardo Palma.
- Tesis: “Hacer Espacio y dejar Espacio, Infraestructuras que contribuyen al dominio Público”, María Paz Ballen, Universidad Ricardo Palma.
- Tesis: “Centro Comercial en la Provincia Constitucional del Callao”, Gisela Olivari Feijoo – Eyllin Escobar Mitma, Universidad Ricardo Palma.
- Tesis: “Centro de Encuentros Urbanos de Villa el Salvador”, Stephanie Chang Herrera – Ann Rosado Higa, Universidad Ricardo Palma.
- Vademécum Arquitectónico, Velia Beltrán Centurión
- www.arellanomarketing.com
- www.plataformaarquitectura.com
- www.arquitecturaproyectos.com
- Diccionario Metapolis de Arquitectura

VIII. ANEXOS

Encuesta 001 – Principales Necesidades de Consumo y recreación en el Centro de Chiclayo

UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO				FACULTAD DE INGENIERIA ESCUELA DE ARQUITECTURA			
COMPLEJO COMERCIAL CON ESPACIO PÚBLICO EN CONSOLIDACIÓN DEL SECTOR 21 DE LA PERIFERIA URBANA COMO ALTERNATIVA A LA CENTRALIZACIÓN COMERCIAL EN CHICLAYO							
ENCUESTA SOBRE LAS PRINCIPALES NECESIDADES DE CONSUMO Y RECREACIÓN EN EL CENTRO DE CHICLAYO				AUTOR: JULIO FREDERICK HERRERA MARIN			
GENERO	MASCULINO		FEMENINO		EDAD		Nro. ENCUESTA
1 - A QUE TIPO DE CENTRO DE COMERCIO CONCORRE MAYORMENTE EN EL CENTRO DE CHICLAYO ?				4 - CUAL ES PRINCIPAL MOTIVO DE CONCURRENCIA AL CENTRO DE CHICLAYO ?			
CENTRO COMERCIAL - MALL (Ejemp. Real Plaza)				COMPRA DE ALIMENTOS DE PRIMERA NECESIDAD			
MERCADO MAYORISTA (Ejemp. Mercado Modelo)				COMPRA DE ABARROTES Y PRODUCTOS INDUSTRI.			
MERCADO MINORISTA (Ejemp. Mercado Central)				COMPRA DE ROPA Y CALZADO			
SUPERMERCADO (Ejemp. Metro)				COMPRA DE ARTEFACTOS			
TIENDA POR DEPARTAMENTO (Ejemp. Ripley)				COMPRA DE ARTÍCULOS PARA EL HOGAR			
GALERÍA COMERCIAL (Ejemp. Feria Balta)				PAGOS Y RETIROS EN AGENCIAS FINANCIERAS			
TIENDA INDEPENDIENTE (Ejemp. Walon, Bata)				PAGOS EN AGENCIAS DE SERVICIOS			
2 - APARTE DE LA CONCURRENCIA A LOS CENTROS DE COMERCIO DE CHICLAYO, A QUE OTROS LUGARES CONCORRE ?				TRAMITES PUBLICOS			
				CONSULTAS Y RECLAMOS			
AGENCIAS FINANCIERAS				AUDIENCIA A PLAZAS PUBLICAS			
AGENCIAS DE SERVICIOS				AUDIENCIA A PARQUES RECREATIVOS			
ENTIDADES PUBLICAS				AUDIENCIA A RESTAURANTES			
RESTAURANTES				AUDIENCIA A GIMNASIOS			
PLAZAS PUBLICAS				AUDIENCIA A MULTICINES			
PARQUES RECREATIVOS				AUDIENCIA A DISCOTECAS, BARES Y KARAOKES			
RESTAURANTES				AUDIENCIA A CASINOS O SALAS DE JUEGOS			
GIMNASIOS				OTROS			
MULTICINES				5 - SI TIENE OTRO LUGAR DE CONCURRENCIA U ACTIVIDAD QUE REALIZA EN EL CENTRO DE CHICLAYO INDICAR EN ESTE RECUADRO ?			
CASINOS O SALAS DE JUEGOS							
DISCOTECAS, BARES Y KARAOKES				_____ _____ _____ _____			
OTROS							
3 - CON QUE FRECUENCIA CONCORRE AL CENTRO DE CHICLAYO ?							
TODOS LOS DIAS							
FINES DE SEMANA							
UNO O DOS VECES POR SEMANA							
CASI NUNCA							