



Universidad Internacional del Ecuador - Loja
Escuela para la Ciudad, el Paisaje y la Arquitectura

Trabajo de Titulación previo a la obtención del Título de Arquitecta

“DISEÑO ARQUITECTÓNICO DE UN CENTRO COMERCIAL EN EL
CANTÓN EL PANGUI, PROVINCIA ZAMORA CHINCHIPE”

Carmen Hipatia Yaguachi Ramón

Directora:
Arq. Silvia Viñan Ludeña

2022

Loja- Ecuador



DECLARACIÓN JURAMENTADA

Yo, Carmen Hipatia Yaguachi Ramón, declaro bajo juramento, que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido presentado anteriormente para ningún grado o calificación profesional, y que ha sido justificado con la bibliografía detallada.

Cedo mis derechos de propiedad intelectual a la Universidad Internacional del Ecuador, para que sea publicado y divulgado en Internet, según lo establecido en la Ley de Propiedad Intelectual, reglamento y leyes.



Carmen Hipatia Yaguachi Ramón
Autor

Yo, Arq. Silvia Viñan Ludeña, certifico que conozco al autor del presente trabajo, siendo el responsable exclusivo tanto de su originalidad y autenticidad cómo de su contenido.



Arq. Silvia Viñan Ludeña
Directora de tesis

AGRADECIMIENTO

A la Escuela de Arquitectura de la Universidad Internacional del Ecuador Loja, que mediante su equipo docente aportó en mi formación académica.

Con especial gratitud a mi directora de tesis Arq. Silvia Viñan Ludeña, por su tiempo, su paciencia y sus conocimientos brindados, quién fue el aporte más importante para llevar a cabo la elaboración de mi tesis.

Carmen Hipatia Yaguachi Ramón

Todo mi esfuerzo, dedicación y constancia se lo dedico en primer lugar a mi Dios, quien día a día me da a conocer su amor a través de sus bendiciones.

Eternamente agradecida con mi querida madre Juana Ramón, quien siempre me apoya en mis decisiones y me motiva siempre a cumplir mis metas, gracias por ser mi ejemplo de trabajo y perseverancia, con mucho amor mis logros siempre serán para ti.

A mi amorosa abuelita María Ramón, que es mi ángel del cielo, por brindarme sus cuidados y educarme con buenos valores.

A mis queridas hermanas y mi esposo, por su apoyo incondicional en cada etapa de mi vida, gracias por siempre confiar en mí.

A mi familia y amigos quienes estuvieron motivándome a lo largo de mi carrera, gracias infinitas y que Dios les bendiga siempre.

Carmen Hipatia Yaguachi Ramón

RESUMEN

En el presente documento se tiene como finalidad, desarrollar una propuesta de diseño arquitectónico de un Centro Comercial para el cantón El Pangui, ubicado en la provincia de Zamora Chinchipe.

La propuesta surge con base a la problemática identificada en el cantón, como es la necesidad de un equipamiento complementario para las diferentes actividades comerciales. Este equipamiento permitirá ordenar de mejor manera el comercio local y brindar a la ciudadanía espacios de interacción social.

Basándose en el diagnóstico realizado y en los resultados obtenidos, el diseño del centro comercial, se lo realiza respondiendo a las necesidades de la población y la formalidad de la edificación respecto al contexto donde se encuentra.

El equipamiento se lo diseña en un terreno de la zona céntrica del cantón, perteneciente al GAD municipal, sus características hacen que el proyecto sea bastante accesible tanto para peatones como vehículos, es por ello que el partido arquitectónico se lo realiza en función a su contexto inmediato y general.

El equipamiento está constituido por cuatro bloques distribuidos uniformemente en los cuatro lados del terreno, se crea diferentes alturas entre ellos para dar cierta dinámica y confort al proyecto, tiene como núcleo principal una pequeña área verde interna para recreación y descanso, también se colocan pequeñas áreas verdes en el contorno del equipamiento para no dejar de lado el ámbito natural, para lo estructural y constructivo se utiliza el hormigón armado y estructura metálica para pérgolas y cubiertas.

Palabras Clave: Diseño, Comercio, Interacción Social, Equipamiento.

ABSTRACT

In the present document has like purpose, develop a proposal of architectural design of a Mall for the cantón El Pangui, situated in the province of Zamora Chinchipe.

The proposal arises with base to the problematic identifies in the cantón, as it is the need of a complementary equipment for the different commercial activities. This equipment will allow to order of better way the local trade and offer to the citizenship spaces of social interaction.

Basing in the diagnostic realized and in the results obtained, the design of the mall, realizes it to him answering to the needs of the population and the formality of the edificación with regard to the context where finds .

The equipment designs it to him in a terrain of the central zone of the cantón, pertaining to the GAD municipal, his characteristics do that the project was quite accessible so much for pedestrians like vehicles, is thus that the architectural party realizes it to him in function to his immediate context.

The equipment is constituted by four blocks distributed uniformly in the four sides of the terrain, creates different heights between them to give some dynamics and confort to the project, has like main core a small green area intern for recreation and rest, also place small green areas in the outline of the equipment not to shelve the natural field, for the structural and constructive system employs the armed concrete and metallic structure for pergolas and covers.

Keywords: Design, Trade, Social Interaction, Equipment.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CAPÍTULO 1

GENERALIDADES

- 1.1. Tema
- 1.2. Problemática
- 1.3. Justificación
- 1.4. Objetivos
- 1.5. Pregunta de investigación
- 1.6. Esquema Metodológico

CAPÍTULO 2

MARCO TEÓRICO

- 2.1. Definición de Centro Comercial
- 2.2. Impacto Arquitectónico de la Imagen de los Centros Comerciales
- 2.3. Tipología de los Centros Comerciales según Autores
- 2.4. Clasificación de los Centros Comerciales por Patrones según Bautista (2006)
- 2.5. Clasificación de los Centros Comerciales según la International Council of Shopping Centers (ICSC)
- 2.6. Características que definen el tipo de Centro Comercial
- 2.7. Marco Normativo





CAPÍTULO **3** DIAGNÓSTICO

- 3.1. Esquema Metodológico Diagnóstico
- 3.2. Análisis de sitio
- 3.3. Justificación del terreno
- 3.4. Marco Referencial - Casos Análogos

CAPÍTULO **4** PROPUESTA DE DISEÑO

- 4.1. Metodología para la propuesta
- 4.2. Partido Arquitectónico
- 4.3. Programa Arquitectónico
- 4.4. Estrategias de Diseño
- 4.5 Planimetrías
- 4.6 Renders

CAPÍTULO **5** EPÍLOGO

- 5.1 Conclusiones
- 5.2 Recomendaciones
- 5.3 Bibliografía
- 5.4 Anexos

C APÍTULO 1

GENERALIDADES

1.1. TEMA

“DISEÑO ARQUITECTÓNICO DE UN CENTRO COMERCIAL EN EL
CANTÓN EL PANGUI, PROVINCIA ZAMORA CHINCHIPE”

1.2. PROBLEMÁTICA

En el cantón El Panguí, la llegada de regalías y contratos mineros ha generado el aumento de la población en los últimos años. Esto ha provocado una elevada presión social, provocando de esta manera que el Estado y las compañías mineras hayan generado una mayor visibilidad de beneficios mineros, que a su vez promueven una mejora económica y progreso en cuanto a infraestructuras para el cantón (Durán ba bo.2020).

Considerando el desarrollo que ha tenido y tendrá el cantón, surge la necesidad de un equipamiento como es el centro comercial. Este equipamiento, permitirá resolver los problemas que acontece la ciudadanía debido a que en la infraestructura en la cual se desarrolla el comercio como es el mercado municipal, no tiene los espacios adecuados para las actividades que se realizan, por lo cual no es funcional, debido a que en dicha infraestructura se presenta una mixticidad de espacios: como locales de venta de ropa, terminal de buses, mercado municipal, canchas de uso múltiple y ventas de todo tipo al exterior de la edificación.

Con el nuevo equipamiento se propone una infraestructura estética, con espacios funcionales, el cual estará constituido y distribuido de acuerdo a cada actividad y usos tales como: locales comerciales, patios de comida, lugares de ocio y entretenimiento, solventando de esta manera las necesidades insatisfechas de la ciudadanía y dotando al cantón de un equipamiento atractivo y necesario para mejorar la calidad de vida de sus habitantes.

1.3 JUSTIFICACIÓN

Los ingresos que se generan por la actividad minera, se encuentra normado por la Ley de Minería, para la asignación de recursos para proyectos de inversión social y desarrollo territorial en las áreas de influencia (Vera, A & Sánchez, L 2015).

Cada fin de semana es notoria la afluencia de personas y vehículos en el área urbana ya que los habitantes del área rural salen a realizar sus compras semanales, generando aglomeración de personas y vehículos en tiendas, mercado, calles y locales comerciales del cantón, los mismos que en muchas ocasiones no tienen el espacio y orden adecuados para los productos que venden.

Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2001), la distribución de la población en el área rural es de 4.874 personas y en el área urbana es de 2.567 personas, dando un total de 7.441 habitantes en todo el cantón El Panguí.

Con base al análisis en el ámbito económico y social del cantón, se ha podido determinar la necesidad de un equipamiento comercial complementario debido a su inexistencia, con la finalidad de concentrar tanto el comercio como actividades de ocio y entretenimiento en un mismo lugar para facilitar la adquisición de productos y servicios a la ciudadanía.

Por lo antes mencionado, nace la idea del proyecto centro comercial, para brindar a la población, una infraestructura arquitectónica destinada al comercio e interacción social dentro de un mismo lugar y que sirva como un equipamiento complementario al mercado ya existente y como punto importante de activación del cantón.

1.4. OBJETIVOS

Objetivo General

Proponer el diseño arquitectónico de un Centro Comercial en el cantón El Pangui, que contenga espacios de interacción social, funcionales, atractivos y que favorezcan al desarrollo del cantón.

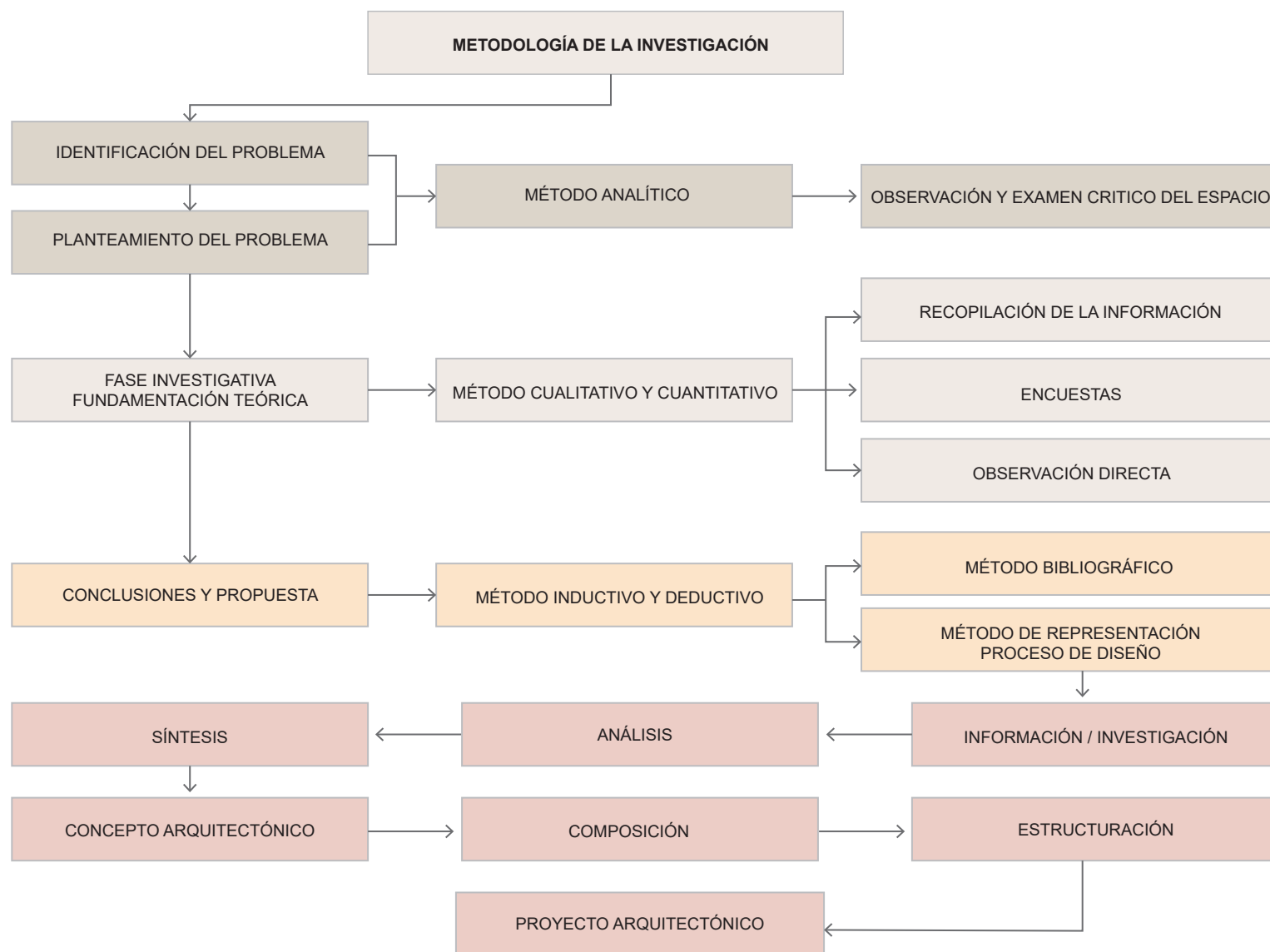
Objetivos Específicos

- Estudiar fuentes teóricas y conceptos básicos que permitan desarrollar y defender correctamente el proyecto.
- Realizar una investigación de los principales componentes: físicos, sociales, económicos y climáticos para realizar un buen diagnóstico.
- Aplicar estrategias de diseño, para aprovechar los recursos naturales, respondiendo al entorno para generar una arquitectura comprometida con la comunidad.
- Elaborar la propuesta arquitectónica de un centro comercial que sea: funcional, integral, estético.

1.5. PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN

¿El diseño de un Centro Comercial aportaría al complemento de las actividades que se van intensificando por efectos de los aportes mineros que recibe el cantón?

1.6. ESQUEMA METODOLÓGICO



Esquema 1. Metodología de Investigación

Fuente: Ciencia y Arte en la Metodología Cualitativa, 2006.
Elaborado por: La Autora

CAPÍTULO 2

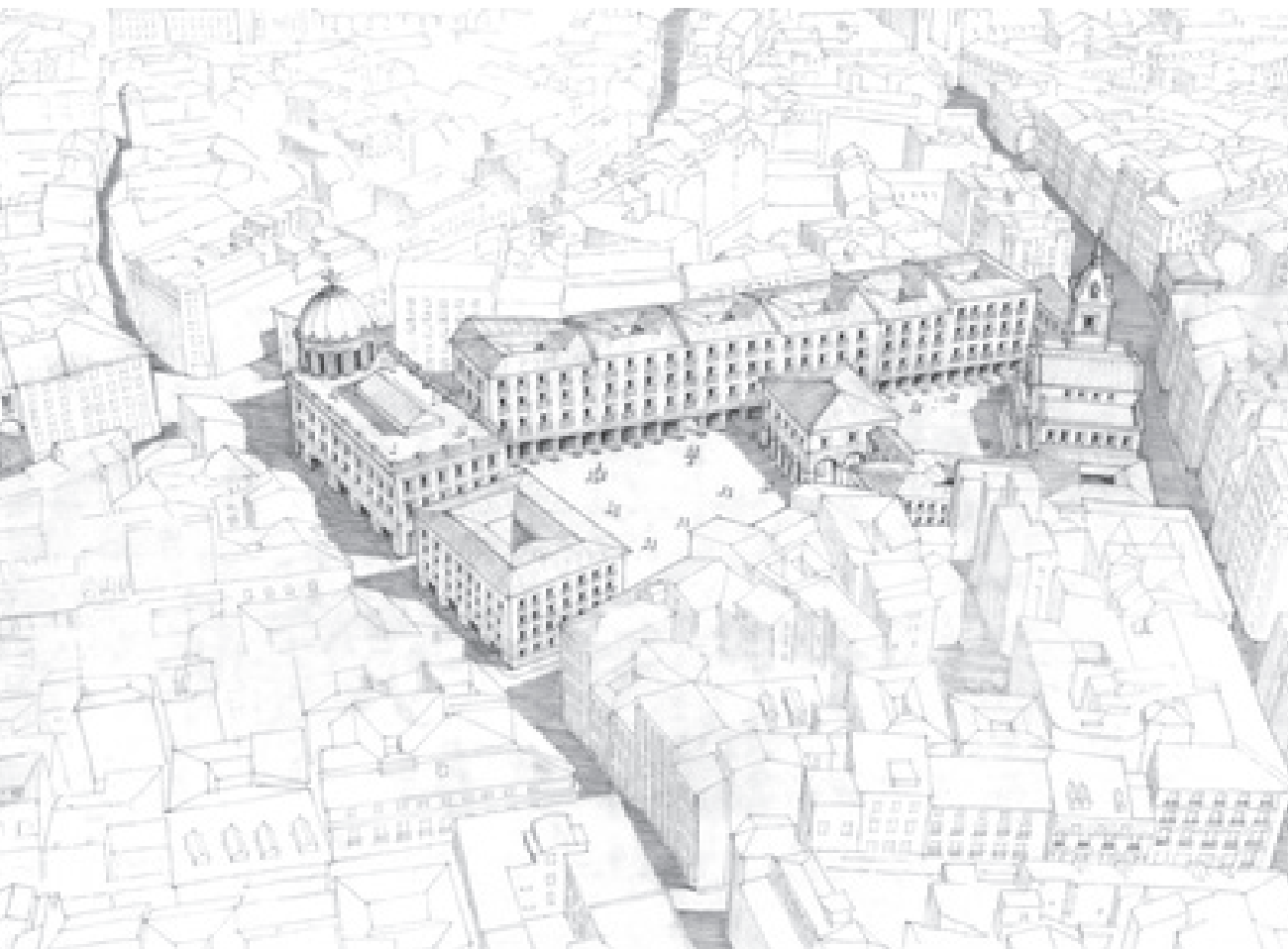
MARCO TEÓRICO



2.1. DEFINICIÓN DE CENTRO COMERCIAL

El centro comercial es un lugar encerrado sobre sí mismo, dentro del cual las personas se relacionan con la ciudad y la ciudad con la comunidad. En él es posible la convivencia, la interacción y vida con la comunidad, ya que, es un espacio confiable que ofrece ante el desorden que se puede encontrar en su exterior, seguridad, comodidad y orden (Cano, 1998).

Los centros comerciales son sitios donde se puede recrear, transitar, entretener y comprar, generando de esta manera escenarios de consumo, produciendo relaciones sociales entre los miembros de un lugar relacionando de esta manera diversas formas de vida y varias culturas en un lugar.



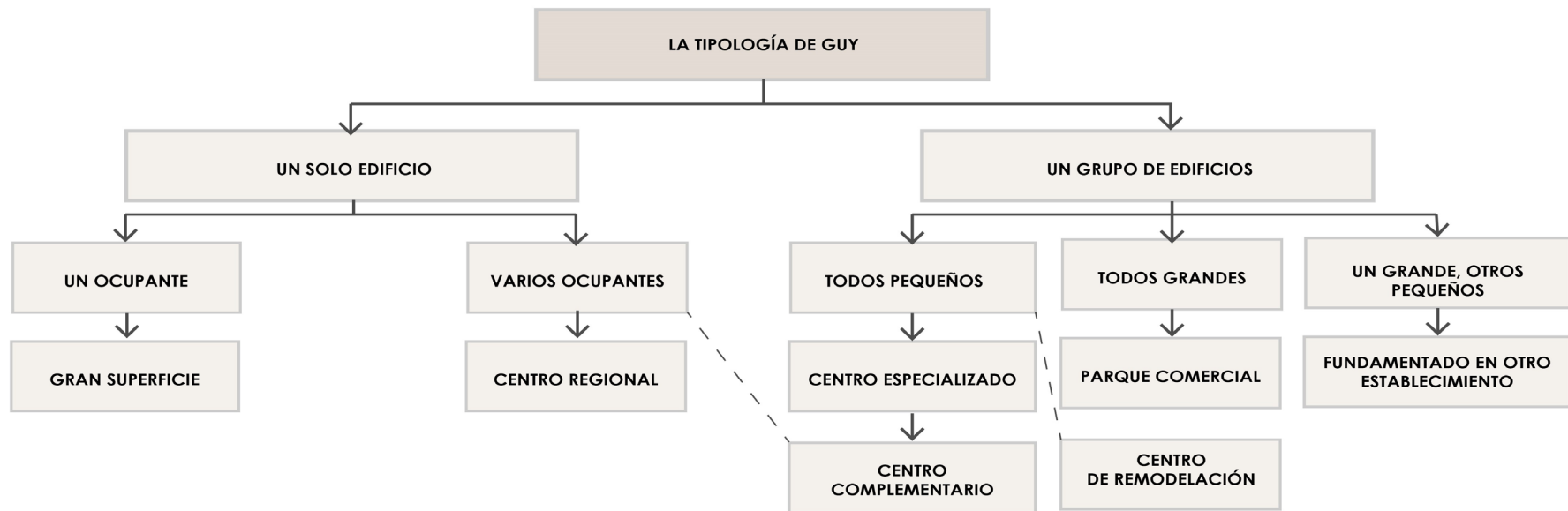
2.2. IMPACTO ARQUITECTÓNICO DE LA IMAGEN DE LOS CENTROS COMERCIALES

El entorno y sobre todo la imagen del Centro Comercial debe necesariamente generar una atracción que invite al usuario a entrar, aunque sea por curiosidad o refugio. La ubicación donde se encontrará el Centro Comercial y la accesibilidad son elementos muy importantes a considerar para generar un impacto positivo en el ámbito urbano, así como la localización de puntos estratégicos donde se encuentren grandes carreteras, las cuales generan gran afluencia de personas al lugar aprovechándolas además para que los usuarios puedan acceder y retirarse fácilmente (Páramo, 2013).

Páramo (2013) considera que la imagen de un Centro Comercial, puede llegar a convenirse en un hito arquitectónico, un patrimonio de la ciudad que se identifique con el entorno y que los ciudadanos lo sientan como un lugar cerca, familiar y que forma parte de sus actividades diarias (p.7).

2.3. TIPOLOGÍA DE LOS CENTROS COMERCIALES SEGÚN AUTORES:

Esquema 2. Tipología de Guy



Fuente: Centros Comerciales, Dra. Mayo de Juan Vigaray.
Elaborado por: La Autora

Esquema 3. Tipología de Brown

TIPOLOGÍA DE BROWN			
	GENERAL	ESPECIALIZADO	COMPLEMENTARIO
GRUPO (NO PLANIFICADO)	CENTRO CIUDAD	ZONA DE TEATROS Y CINES	BARES EN ZONAS FINANCIERAS
GRUPO (NO PLANIFICADO)	MEGACENTRO	CENTRO ESPECIALIZADO	GALERÍA COMERCIAL AEROPUERTO
GRUPO (NO PLANIFICADO)	CALLE TRADICIONAL	CALLES COMERCIALES ÉTNICAS	CALLES DE COMIDA RÁPIDA
GRUPO (NO PLANIFICADO)	HIPERMERCADO	ZONA DE TEATROS GRAN SUPERFICIE ESPECIALIZADA	PUESTO DE VENTA DE FRUTAS EN CARRETERA

Fuente: Centros Comerciales, Dra. Mayo de Juan Vigaray.
Elaborado por: La Autora

Esquema 4. Tipología de AECC

LA TIPOLOGÍA DE AECC		
SIGLAS	TIPO	CARACTERÍSTICAS
MG	MUY GRANDE	CENTRO COMERCIAL SUPERIOR A 79.999 M2 DE SBA.
GR	GRANDE	CENTRO COMERCIAL DESDE 40.000 M2 HASTA 79.999 M2 DE SBA.
ME	MEDIANO	CENTRO COMERCIAL DESDE 20.000 M2 HASTA 39.999 M2 DE SBA.
PE	PEQUEÑO	CENTRO COMERCIAL DE 5.000 M2 HASTA 19.999 M2 DE SBA.
HI	HIPERMERCADO	GALERÍA COMERCIAL FUNDAMENTADA EN UN HIPERMERCADO.
GC	GALERÍA COMERCIAL	GALERÍA COMERCIAL URBANA DE HASTA 4.999 M2 DE SBA, QUE POR SUS CARACTERÍSTICAS MERECE SER DESTACADA.
FORMATOS ESPECIALIZADOS		
PC	PARQUE COMERCIAL	PARQUE DE ACTIVIDADES COMERCIALES, CON UN ESPACIO URBANIZADO COMÚN DONDE SE REALICEN ACTIVIDADES COMERCIALES POR MENOR Y ESTÁN FORMADOS POR GRANDES SUPERFICIES Y MEDIANERAS.
CF	CENTRO DE FABRICANTES	CENTRO COMERCIAL QUE SE UBICA NORMALMENTE EN LA PERIFÉ- RIO ES LUGARES TURÍSTICOS, EL CUAL ESTÁ INTEGRADO TIENDAS DE FABRICANTES Y MARCAS QUE VENDEN SUS PRODUCTOS CON DESCUENTO.
PC	CENTRO DE OCIO	CENTRO COMERCIAL INTEGRADO POR EMPRESAS DE OCIO Y TIEMPO LIBRE CONSTITUIDO POR CINES COMO ESPACIO PRINCIPAL.

Fuente: Centros Comerciales, Dra. Mayo de Juan Vigaray.
Elaborado por: La Autora

Esquema 5. Tipología de Dawson

TIPOLOGÍA DE DAWSON	TIPO PRINCIPAL	SUBTIPOS
	CENTROS COMERCIALES DE USO GENERAL EXENTOS	DE BARRIO DE COMUNIDAD REGIONAL SUPERREGIONAL
	CENTROS COMERCIALES DE USO GENERAL EN ZONAS COMERCIALES DEL CENTRO DE LA CIUDAD	CENTRO DE REMODELACIÓN CENTRO DE ATRACCIÓN TURÍSTICA EXTENSIÓN DEL CENTRO CIUDAD RECONSTRUCCIÓN DEL CENTRO CIUDAD
	CENTROS COMERCIALES MULTIUSO	EN CENTRO CIUDAD EN NUEVO CENTRO CIUDAD
	CENTROS COMERCIALES COMPLEMENTARIOS DE OTRA ACTIVIDAD	VINCULADO A HOTEL VINCULADO A OFICINAS VINCULADO A ESTACIONES DE TRANSPORTE
	CENTROS COMERCIALES ESPECIALIZADOS	DE NUEVA CONSTRUCCIÓN EN EDIFICIO REHABILITADO
	CENTROS COMERCIALES FUNDAMENTADOS EN UN ESTABLECIMIENTO	FUNDAMENTADO EN HIPERMERCADO

Fuente: Centros Comerciales, Dra. Mayo de Juan Vigaray.
Elaborado por: La Autora

2.4. CLASIFICACIÓN DE LOS CENTROS COMERCIALES POR PATRONES SEGÚN BAUTISTA (2006):

La gran diversidad de espacios comerciales construidos en el espacio urbano, ha provocado la clasificación de los mismos dependiendo de las características que conlleva cada uno, entre ellos se puede encontrar:

Lineal

Se caracteriza por tener una distribución lineal de todos sus elementos y en forma paralela ubicando las áreas de servicio como franja principal seguida de la zona de parqueaderos y posteriormente la calle, las anclas son los supermercados.

En “L”

La zona de servicios se encuentra rodeando de dos lados al parqueadero y los dos lados restantes lo rodean las calles principales, las anclas se sitúan de extremo a extremo adaptando cada una de sus esquinas al lugar.

En “U”

Esta distribución de espacios acoge los tres lados del núcleo central que vendría a ser el parqueadero, con un solo frente hacia la calle, cuenta con tres anclas ubicadas en cada una de las franjas vinculado de esta manera a las tiendas existentes.

Clúster

Es empleado en centro regionales, el ancla está centrada como un gran núcleo rodeado por una franja de locales, en su contexto se limita por dos calles longitudinales y tres áreas de parqueo ubicadas paralelamente al espacio central.

Figura 1. Patrón lineal

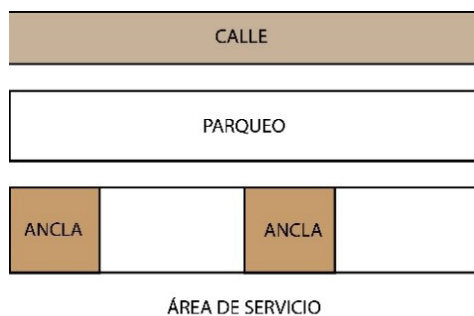


Figura 2. Patrón en “L”

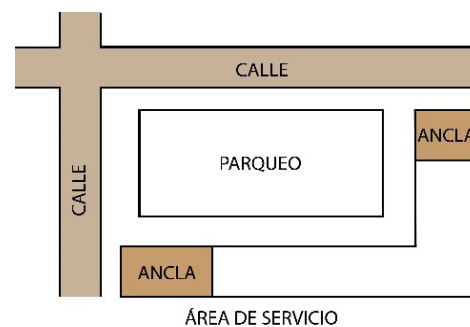


Figura 3. Patrón en “U”

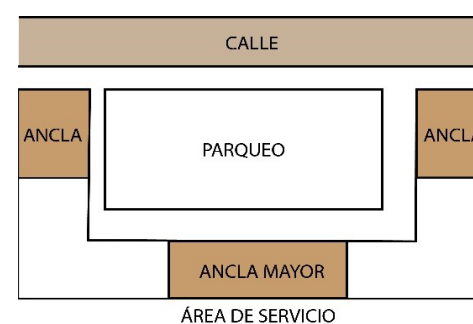
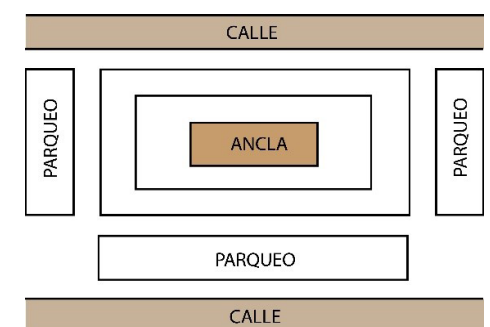


Figura 4. Patrón Clúster



Fuente: Bautista 2006
Elaborado por: La Autora

En “T”

Adapta tres anclas en cada extremo, ubicando el parque la zona de mayor longitud y los servicios funciona en el centro, esta distribución permite que el espacio sea abierto o cerrado, para permitir la flexibilidad y ampliación de comercio.

Triangular

La distribución de las anclas es pensada para ser vista desde cualquier punto de vista desde la entrada principal, la forma permite la ampliación de comercios facilitando la permeabilidad de los espacios y provee mayor cantidad de parqueos.

Dumbbell

Está constituido por dos anclas que se distribuyen en cada extremo, con cuatro franjas paralelas donde se ubican las tiendas, las anclas cumple la función de aportar a la fluidez del tráfico de las calles principales, para atraer clientes.

Dumbbell Doble

Lo rodea cuatro calles colindantes, cuatro anclas y cuatro parqueos los mismos que se ubican en cada esquina, generando un gran núcleo central en forma de plaza Mall constituidos en sus alrededores por grandes áreas de comercio.

Figura 5. Patrón en “T”

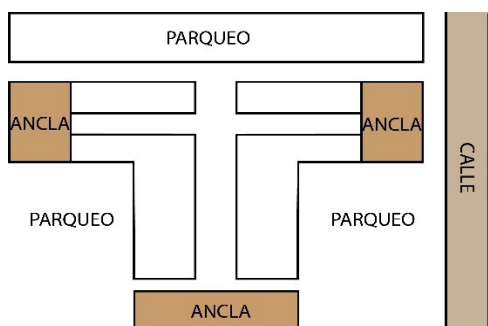


Figura 6. Patrón Triangular

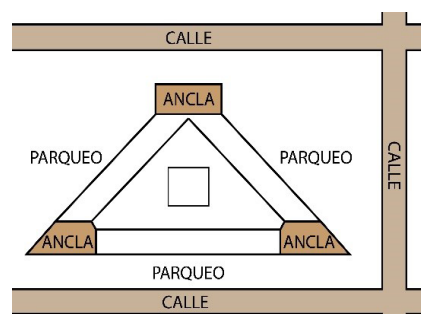


Figura 7. Patrón Dumbbell

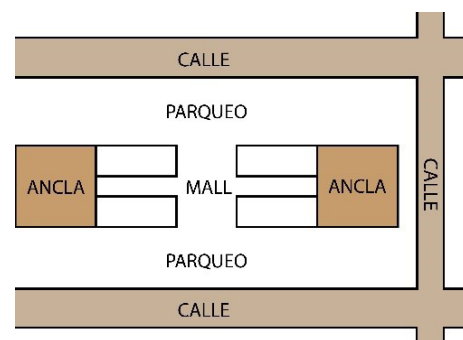
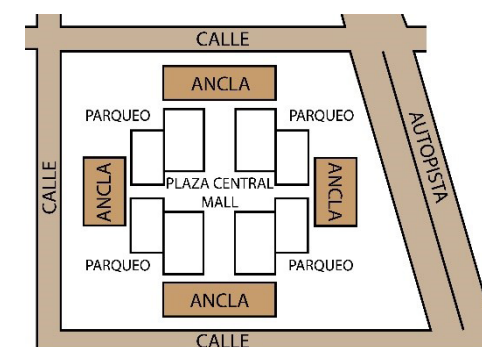


Figura 8. Patrón Dumbbell Doble



Fuente: Bautista 2006
Elaborado por: La Autora

2.5. CLASIFICACIÓN DE LOS CENTROS COMERCIALES SEGÚN LA INTERNATIO- NAL COUNCIL OF SHOP- PING CENTERS (ICSC)



Centros de Vecindad

Ofrecen productos de primera necesidad de un barrio o vecindad, para satisfacer las necesidades básicas de las personas, pueden estar constituidos por un hipermercado o una farmacia. Su área está entre los 30.000 y 15.000 m², ocupando una superficie de un 30% a 50%.

Centros de Comunidad

Este tipo de centros proporciona una amplia línea de varios productos, constituidos por hipermercados, tiendas de descuento o una farmacia. Su tamaño es más amplio con un área que varía entre los 100.000 y 350.000 m² ocupando un 40% a 60 % de superficie.

Centros Regionales

Ofrecen una gran variedad de productos y servicios, de gran tamaño relacionadas entre sí, de una escala mayor a los anteriores. Tiene un área de 400.000 y 800.000 m² y ocupa un 50% a 70 % de superficie que ocupan sus dos o más focos de atracción.



Centros Superregionales

Proporcionan un gran porcentaje de servicios de extensa variedad tiene un tamaño mayor al centro regional está distribuido en varios pisos. Tiene un área de más de 800.000 m² incluye de tres a más focos de atracción ocupando un 50% a 70 % de superficie.

Centros Especializados o de Moda

Destaca el comercio determinado como el textil y su variedad por lo cual son cerrados. Su área es de entre los 80.000 m² y 250.000 m², no tiene focos de atracción, pero está relacionado con el sector de la moda.

Centro de Poder

Este incluye tiendas especialmente departamentales está conformado por varias anclas que se caracterizan por ser independientes. Tiene un área de 250.000 y 600.000 m², con superficies especializadas de gran tamaño con tres o más focos de atracción.

Centro Temático o de Festival

Son centros dedicados al atractivo turístico, ocio y recreación como elementos de atracción fundamentales, están conformados por restaurantes, áreas de descanso y entretenimiento. Tiene un área de 80.000 y 250.000 m².

2.6. CARACTERÍSTICAS QUE DEFINEN EL TIPO DE CENTRO COMERCIAL

Conocer las características de un Centro Comercial no solamente permitirán conocer su estructura o composición, sino que además identificarlas nos permitirá acercarnos a su diseño desde una perspectiva más real y no tanto superficial.

Las características parten de una estructura definida por Pevsner de las cuales se centra el foco de creación proyectual final, permitiendo además establecer un puente entre sociedad y arquitectura (Cervera 2016).

A continuación, se mencionan algunas características que nos ayudan a definir el tipo de Centro Comercial:

Centro Comercial desde la noción de servicio

Shopping

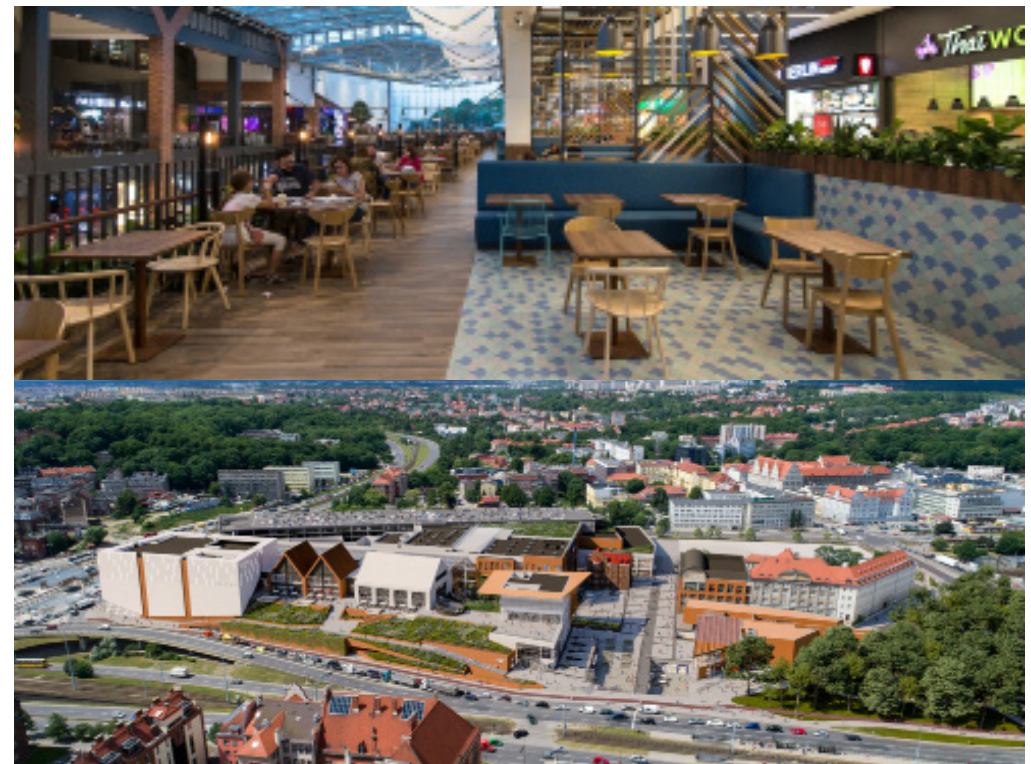
El shopping representa el interés consumista como pasatiempo y adquisición de productos dentro de un centro comercial, el mismo que debe responder a sus necesidades funcionales y esenciales, es decir, que este debe ser parte real e integral de la edificación en el que se encuentra.

Entorno

La arquitectura del Centro Comercial debe representar vinculación y compromiso con el contexto y sus visitantes, siendo un edificio acogedor y con responsabilidad social.

Su volumen, forma y espacio deben responder o ser parte integral del entorno ya que este le dará su sentido de pertenencia.

Figura 9. Interés consumista y vinculación con el contexto



Fuente: <https://www.plataformaarquitectura.cl>, (2018)

Elaborado por: La Autora

Figura 10. Hogar, Amparo, Fidelización



Fuente: <https://www.plataformaarquitectura.cl>, (2014)

Elaborado por: La Autora

Hogar

Para catalogarlo como hogar el Centro Comercial debe ofrecer espacios cómodos y acogedores haciendo referencia a un hogar, para satisfacer a los clientes, conformando una arquitectura de vida cotidiana de apropiación, donde se vincule la realidad exterior e interior en sus espacios.

Amparo

En este término su arquitectura debe aportar a que los consumidores que se sientan en un estado de soledad, se acojan al lugar y de esta manera les contribuya a mejorar su estado de ánimo.

Fidelización

Para que este término se de los espacios deben generar cierta complicidad con los usuarios, deben buscar la felicidad y su satisfacción para que estos tengan la necesidad de volver al lugar ya sea para adquirir sus compras o simplemente para descansar o recorrerlo. Para ello su arquitectura debe forjar lazos de relación donde las personas encuentren su estilo de vida y se identifiquen.

Centro Comercial desde la noción de comunidad

Control

Su arquitectura debe proveer el control tanto internas como externas, en cuanto a su iluminación, clima, temperatura, atmósfera, dinámica interna y espectáculos. Para crear espacios confortables y protegidos generando de esta manera dinámica al edificio y sociedad, con normas de juego para conservar y promover una cultura de respeto entre el edificio y el consumidor.

Seguridad

Espacios protegidos para el disfrute de los visitantes, es un requerimiento que la arquitectura debe ser capaz de generar combinado libertad y de seguridad en sus espacios.

Figura 11. Control y seguridad en Centros Comerciales



Fuente: <https://www.plataformaarquitectura.cl>, (2018)
Elaborado por: La Autora

Figura 12. Planificación, Atracción, Legitimidad



Planificación

Permite vincular al consumidor, entorno y espacio mediante una toma de decisiones adecuadas que permitan la interacción social de forma individual y colectiva, donde se combina varios espacios para un mismo propósito, pero no para la misma función.

Atracción

Un centro comercial con arquitectura comprometida con la comunidad como propósito de arquitectura destino, donde las personas puedan pasear, descansar, comprar, socializar y admirar las distintas actividades que ocurren dentro del mismo.

Legitimidad

Esto implica conocer e interpretar la exigencia que tiene cada uno de los espacios, ya que, no depende del consumidor dicha legitimidad, sino del servicio que brindará dicha obra arquitectónica a la comunidad.

Fuente: <https://www.plataformaarquitectura.cl>, (2016)

Elaborado por: La Autora

2.7. MARCO NORMATIVO

Instituto Ecuatoriano de Normalización GP 029 Guía de Normas Mínimas de Urbanización

- Normativa para establecer los metros cuadrados del Terreno y Equipamiento comercial según la población:

Mercado vecinal: El radio de influencia del equipamiento es de 1500 m y el área para el terreno es de 0.1 m² por habitante.

Comercio Distrital: El radio de influencia del equipamiento es de 2400 m y el área para el terreno es de 0.3 m² por habitante.

Comercio Metropolitano: El radio de influencia del equipamiento es de 2400 m y el área para el terreno es de 0.1 m² por habitante.

Normas de Arquitectura y Urbanismo Nacional del Distrito Metropolitano de Quito. Ordenanza 3457 - CAPITULO IV: SECCIÓN CUARTA: EDIFICIOS DE COMERCIOS

Art.92. Memoria de cálculo

- Tipo de edificación:

Comercial: Edificaciones para oficinas, comercios y hoteles.

- Estimación de población del edificio:

Centros comerciales: 1 persona por cada 4 m² de área total.

Art.220. Circulaciones interiores y galerías

Este artículo está relacionado con el Art. 80 que menciona:

- Todos los locales deberán tener pasillos que conduzcan directamente a la puerta de salida y a las escaleras. • Los pasillos deberán tener un ancho mínimo de 1.20 m, con hasta 5 locales atendidos y un máximo de 10 personas.
- Para la circulación de personas con discapacidad se debe considerar un ancho mínimo de 1.80 m.
- En los pasillos con medidas mínimas se evitará colocar barreras que impidan una buena circulación en el piso y hasta 2.05 m de altura.
- Las zonas de espera se ubicarán independientemente de las áreas de circulación.

Art.221. Dimensiones de puertas

- Altura mínima: 2.05 m.
- Ancho mínimo para comercios individuales: 0.90 m.
- Ancho mínimo para comunicación entre ambientes: 0.90 m.
- Ancho mínimo para Baños: 0.80 m. y 0.90 m. para minusválidos.

Art.223. Ventilación en edificaciones comerciales

- Se podrá realizar mediante: vías públicas, particulares, pasajes, patios o ventilación cenital, sin afectar a edificaciones colindantes.
- El área de abertura mínima deberá ser el 8% de la superficie útil del local.
- Aquellos locales que no tengan ventilación directa se deberán por medio de o por ductos o mecánicamente.
- No se ventilarán hacia la vía pública los locales que emitan olores ofensivos.

Art.228. Servicios sanitarios en comercios

- Se deberá colocar medio baño por cada 50 m² de área y un baño adicional por cada 500 m² del local comercial.
- Se exigirá un medio baño para hombre para locales menores a 50 m² y uno para mujeres por cada 10 locales.
- Se debe considerar un baño para personas con discapacidad, en todo servicio sanitario.

Art.230. Servicio médico de emergencia

Es importante que los locales comerciales que tengan un área útil de más de 1.000 m² estén dotados de los implementos necesario para primeros auxilios con un área mínima de 36 m².

Art.231. Estacionamientos en comercios

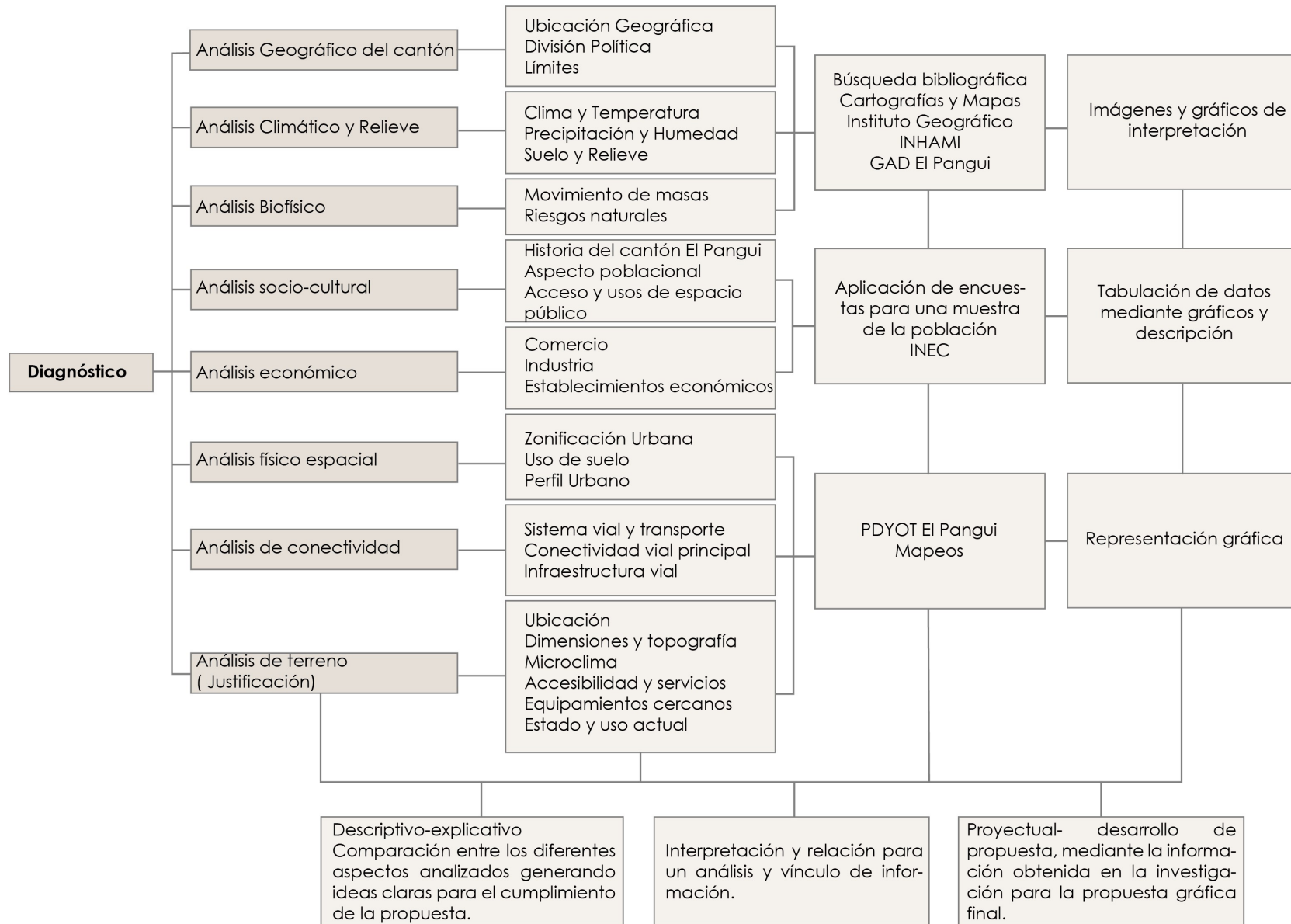
- Entradas y salida: la zona de transición horizontal no debe ser menor a 3,00 m de largo a partir de la línea de fábrica, con una pendiente no mayor al 10%.
- Los carriles para entrada o salida de vehículos deberán ser 2 cuando haya más de 40 estacionamientos.
- El Ancho mínimo de carriles será de 2.50 m en dirección recta y 3.50 en curvas con su respectiva señalización.
- Debe constar con accesos vehiculares y peatonales independientes
- Piso antideslizante y rampas con pendiente máxima del 18%.

CAPÍTULO **3**

DIAGNÓSTICO

3.1. ESQUEMA METODOLÓGICO

Esquema 6. Metodología del Diagnóstico

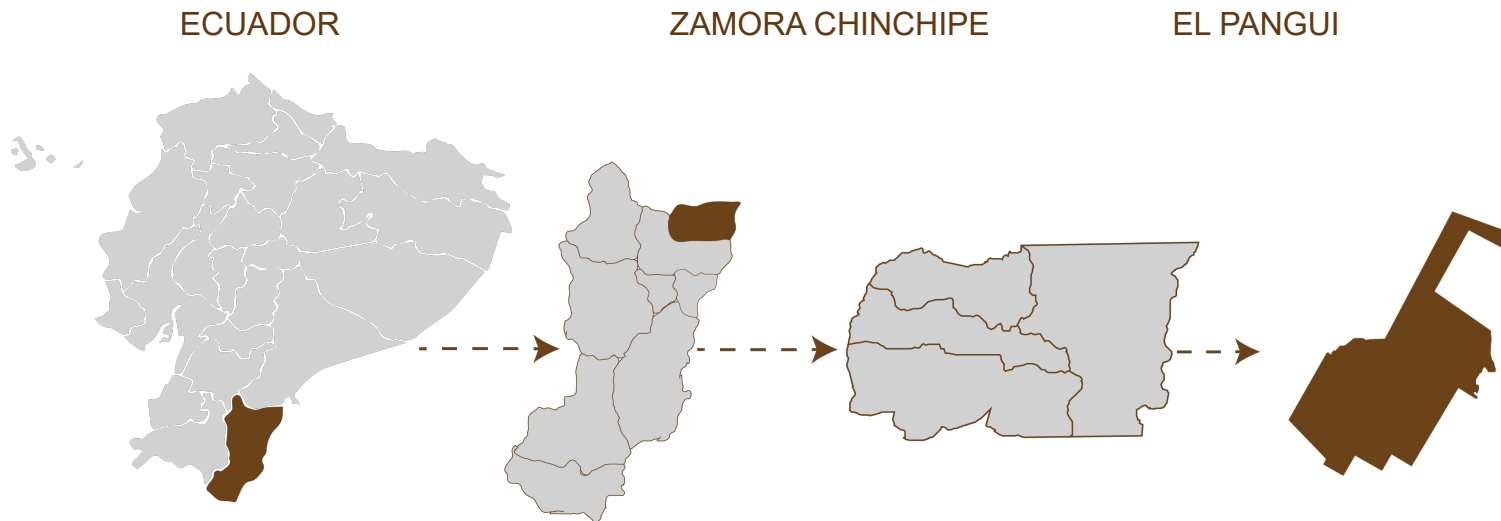


Fuente: Bautista Gonzales, 2006
Elaborado por: La Autora

3.2. ANÁLISIS DE SITIO

Análisis Geográfico del cantón El Pangui

Figura 13. Ubicación geográfica del cantón El Pangui



Ubicación Geográfica

La provincia de Zamora Chinchipe se ubica en la región amazónica al Sur del país, está constituida por 9 cantones con sus respectivas parroquias urbanas y rurales. El cantón El Pangui es uno de los cantones que componen esta provincia y que limita con la vecina provincia de Morona Santiago.

El cantón El Pangui se encuentra al nor-este de la provincia de Zamora Chinchipe. Se caracteriza por tener un ecosistema con espesa vegetación arbórea y un clima subtropical húmedo, se ubica a 30° 37'09" de latitud sur y 78° 35'0" de longitud Oeste, oscila entre 748 y 2150 msnm, tiene una altitud de 815 msnm. Es comúnmente conocido como: La Orquídea de la Amazonía.

Fuente: La Autora
 Elaborado por: La Autora

División Política

El Cantón El Pangui se divide políticamente en cuatro parroquias, tres rurales y una urbana:

Parroquia Urbana: El Pangui.

Parroquias Rurales: El Guismi, Pachicutza y Tundayme.

Límites

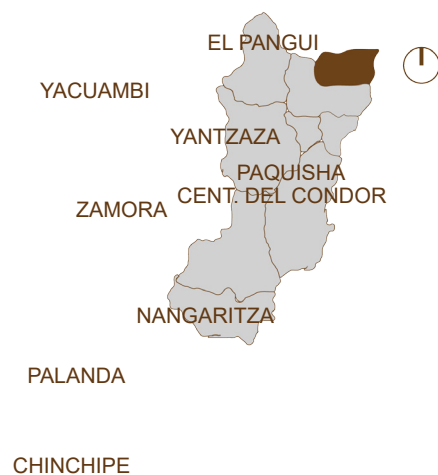
El cantón El Pangui limita:

Al **norte** con el cantón Gualaquiza

Al **sur** con el cantón Yantzaza

Al **este** con el vecino país Perú

Al **Oeste** con el cantón Yantzaza.



Elaborado por: La Autora

Figura 14. Mapa de división política



Elaborado por: La Autora

Figura 15. Mapa de límites

Análisis Climático y Relieve

Clima y Temperatura

El clima del cantón es cálido y húmedo, debido a que está situado en un bosque húmedo tropical. La temperatura media está entre 20 °C a 24 °C durante todos los meses del año, respondiendo a la distribución geográfica y la altitud, la temperatura más baja oscila de 18 °C a 20 °C, incidiendo de manera directa en las zonas más altas del cantón (PDOT El Panguí, 2014).

Precipitación y Humedad

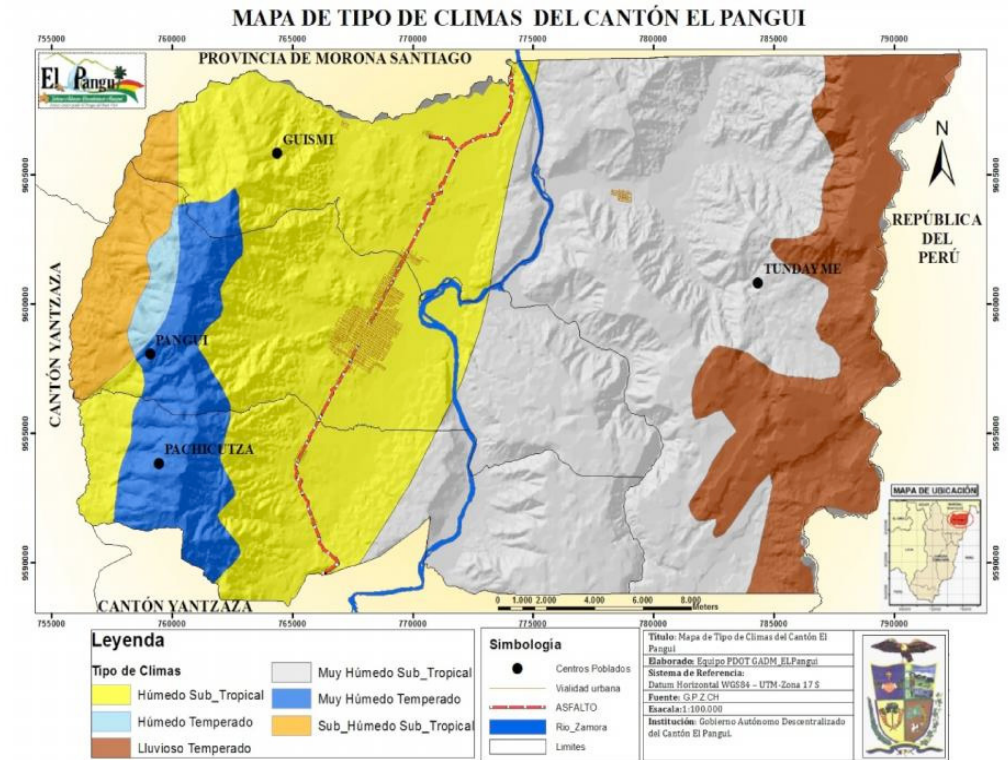
La temporada menos lluviosa se da en los meses de noviembre y diciembre. Por lo general se caracteriza por ser un cantón altamente lluvioso, con una precipitación anual que oscila entre 1750 y 2500 mm. Durante todo el año el cantón presenta una humedad relativa máxima de 90% lo que lleva a identificarse como un cantón Húmedo Subtropical (INAMHI, 2015).

Suelo y Relieve

Los suelos de El Panguí, no son aptos para agricultura extensa, son generalmente suelos poco profundos, su mantenimiento es en base a pastizales, siembra de árboles de leguminosas.

Su relieve en general es colinado ya que presenta pendientes que van de los 25 al 50%, pero también existen zonas inclinadas con pendientes de entre el 50 al 70%. De este a oeste presenta relieves montañosos mayores al 70% (PDOT El Panguí, 2014).

Figura 16. Mapa de climas del cantón



	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Temperatura media (°C)	21.2	22.1	22	20.5	18.6	17.3	16.6	16.5	16.8	17.4	18.3	19.7
Temperatura mín. (°C)	18.9	20	19.8	18.3	16.4	15	14.3	14.1	14.4	15	15.8	17.4
Temperatura máx. (°C)	24.4	25.1	25.1	23.7	21.7	20.2	19.6	19.6	20	20.7	21.6	23
Precipitación (mm)	27	40	34	12	9	12	14	12	11	10	9	13
Humedad(%)	83%	83%	83%	83%	81%	80%	78%	77%	77%	78%	79%	81%
Días lluviosos (días)	6	8	7	3	1	1	1	0	1	1	1	2

Fuente: Equipo PDOT (2014)

Figura 17. Mapa de inundación del cantón El Pangui

Análisis Biofísico

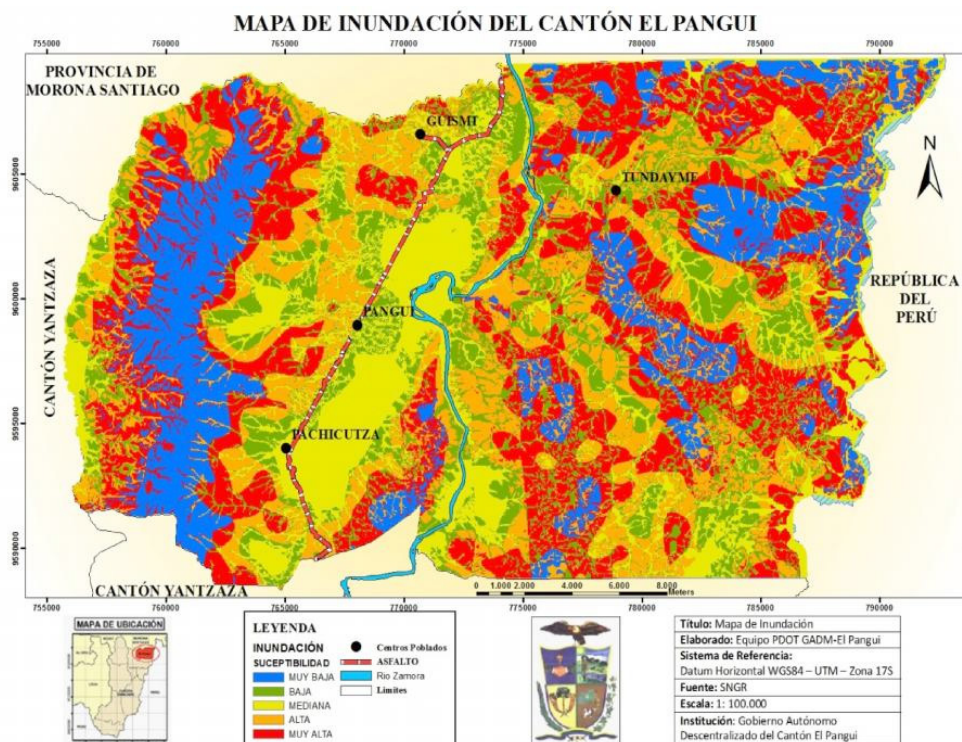
Movimiento de masas

La superficie del cantón El Pangui está expuesta más del 30% a potenciales deslizamientos en algunos lugares y en otros lugares a deslizamientos y zonas de mayor pendiente (PDOT El Pangui, 2014).

Riesgos naturales

El Pangui presenta suelos que son vulnerables a dos tipos de agentes externos como: las lluvias y la deforestación emisión de gases y demás actividad antrópicas.

Según la información obtenida por la Secretaria Nacional de Gestión de Riesgos (SNGR), en las partes bajas del cantón existe mayor susceptibilidad a inundación originados por las fuertes lluvias y desbordamiento de los ríos aledaños.



Fuente: Equipo PDOT (2014)

Los suelos del cantón son bastante vulnerables a agentes externos como deforestación y lluvias, hay altas probabilidades de inundaciones especialmente debido a las fuertes lluvias y desbordamiento de ríos, sobre todo en las partes más bajas del cantón. El terreno seleccionado se encuentra en una zona céntrica en donde no hay peligro de inundaciones.

Figura 18. Vista aérea del cantón El Pangui área urbana



Historia del cantón El Pangui

El Pangui se ha desarrollado en base a un hecho histórico importante que se dio en el año de 1974 como es: la Cooperativa de Producción agrícola y Pecuaria San “Francisco del Pangui”, con el objetivo de construir una ciudad Shuar, fomentando la educación y producción del pueblo.

En el año de 1978, los primeros habitantes solicitan obras a la provincia de Morona Santiago en beneficio del cantón El Pangui, pero dichas solicitudes no fueron atendidas, frente a esto optaron por pedir obras a la provincia de Zamora Chinchipe, solicitudes que esta vez sí fueron atendidas por el Sr. Hugo Arias Benavides alcalde de la ciudad durante esa época y el Mons. Jorge Mosquera Vicario Apostólico de Zamora Chinchipe, quienes valiéndose de la presencia del Presidente de la República el Ab. Jaime Roldós Aguilera, firman un acuerdo para determinar los límites de la provincia de Zamora Chinchipe con Morona Santiago, quedando como límite entre estas dos provincias el río Chuchumbleta (GAD El Pangui, 2019).

El pueblo de El Pangui ya perteneciente a la provincia de Zamora Chinchipe, en 1980 se iniciaron las gestiones para ser reconocido como parroquia, siendo aceptada esta petición el 26 de febrero de 1981, mediante Decreto Nro. 55, para ese entonces el cantón Yanzatza dirigía su vida parroquial. Siguiendo un proceso de progreso en 1989, consigue la dotación de servicios básicos y mejora la educación. El párroco Fray Luís Imaicela propone la cantonización de El Pangui a través de un comité pro-cantonización dando como resultado, la declaración de cantón El Pangui el 14 de febrero de 1991, como un nuevo cantón de la provincia de Zamora Chinchipe (GAD El Pangui, 2019).

Aspecto poblacional



Población del cantón El Pangui
8.619 hab

Población del cantón El Pangui por parroquia.

Crecimiento poblacional año 2001-2010

Tipos y perfil de usuario promedio en el cantón

La población corresponde a personas del cantón y de otros cantones del Ecuador, que se dedican a trabajar en las empresas mineras, tienen negocios propios, brindan sus servicios profesionales, tienen transportes de carga pesada, la mayoría de los jóvenes han llegado al cantón para realizar sus estudios de tercer nivel en las dos ofertas académicas que ofrece la universidad.

Acceso y usos de espacio público **Mercado – complejo ferial**

Según el PDOT del cantón (2014), El Pangui cuenta con una edificación para la compra y venta de productos, con un terreno de 2700.00 m² junto a este existe también ventas informales, que se ubican a un costado de la cancha municipal que queda junto al mercado.

Parroquia	Urbano	Rural	Total
El Pangui	3,084	1,904	4,988
El Guismi	...	1,604	1,604
Pachicutza	...	1,290	1,290
Tundayme	...	737	737
Total	3,084	5,535	8,619

Tabla 1. Población del cantón El Pangui por parroquia

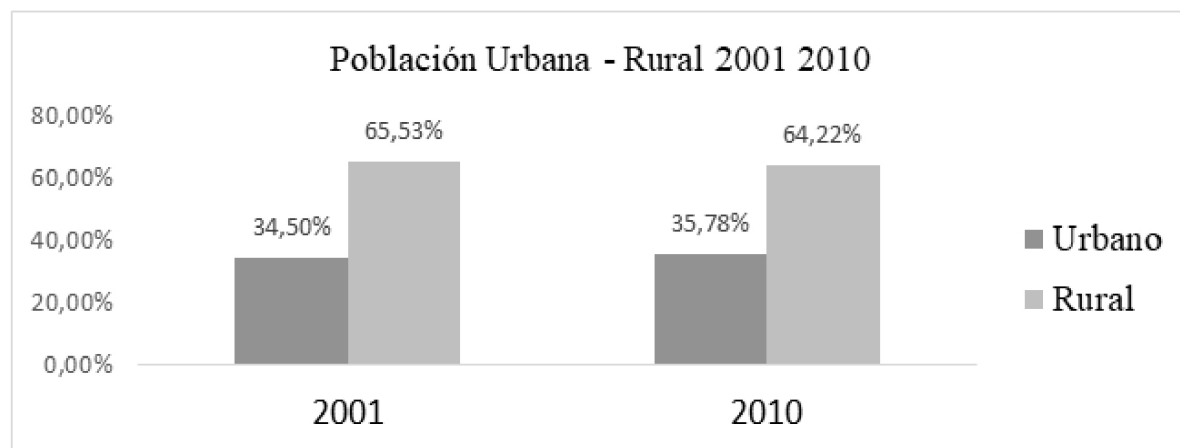


Figura 19. Población del cantón, año 2001-2010

Categorías	Censo 2001		Sexo	Censo 2010		Tasa de crecimiento	
	Casos	Porcentaje (%)		Casos	Porcentaje (%)	Categorías	Total de crecimiento
Hombre	3.718	50,00%	1. Hombre	4.338	50,33%	Hombre	1,71%
Mujer	3.723	50,00%	2. Mujer	4.281	49,67%	Mujer	1,55%
Total	7.441	100,00%	Total	8.619	100,00%	Total	1,63%

Tabla 2. Tasa de crecimiento poblacional año 2001 al año 2010

Figura 20. Actividades y usos del espacio público Mercado



Fuente: Página Web, Alcaldía de El Pangui
Elaborado por: La Autora

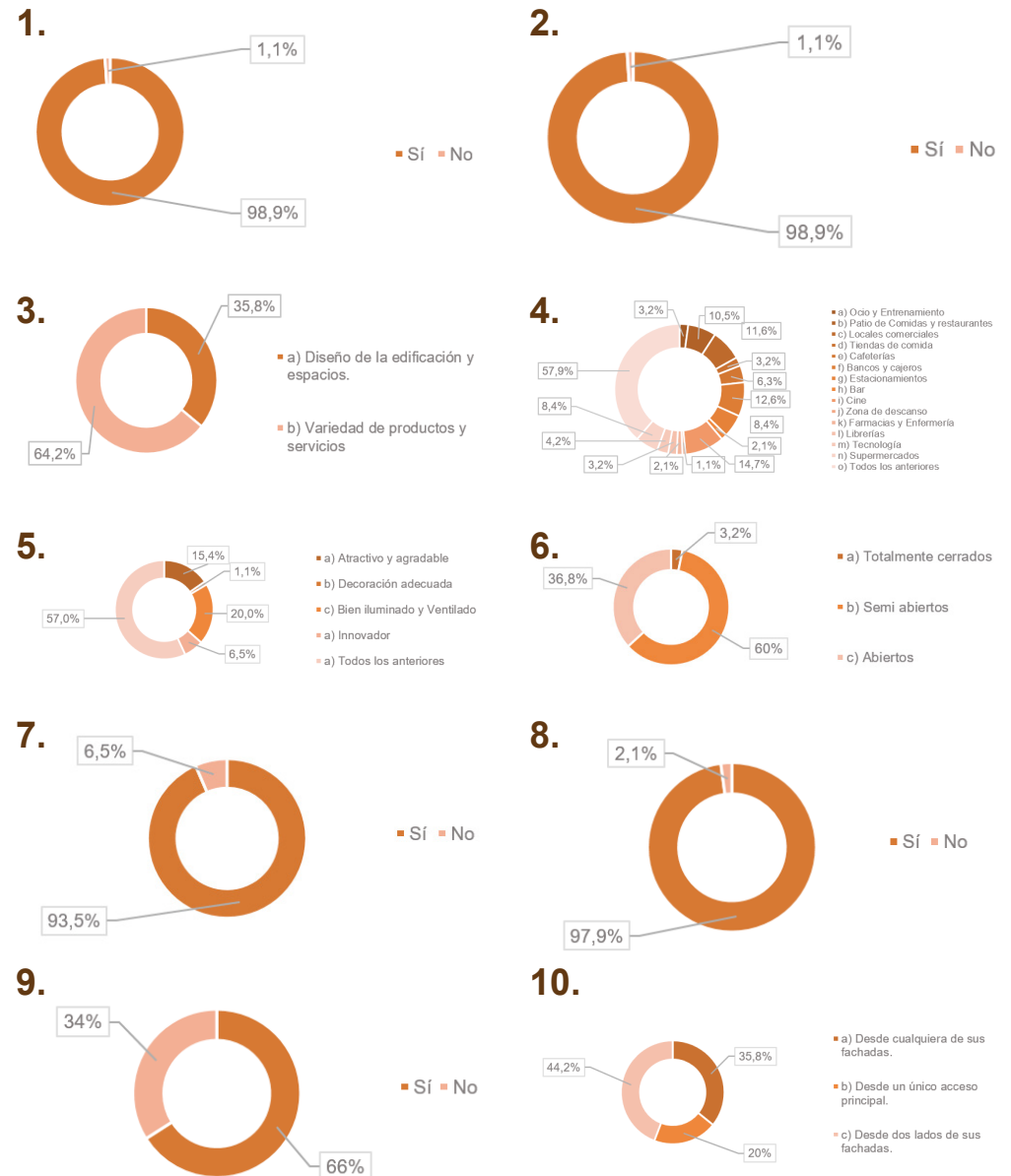
Obtención de información a través de encuestas mediante la utilización de tamaño de la muestra para su aplicación.

Para obtener información sobre los requerimientos de la ciudadanía se aplican dos tipos de encuestas: la primera, la cual va dirigida a una muestra de la población del cantón (368 habitantes) y la segunda exclusivamente a comerciantes de la zona de estudio (12% de la población 281 habitantes). Para sacar la muestra se realizó el cálculo en un programa en línea, colocando como margen de error de un 5%, tomando en cuenta el número de población total que es de 8619 habitantes.

Encuesta aplicada a la población

1. ¿Cree usted que es necesario un Centro Comercial en el cantón el Pangui?
2. ¿Piensa que la ubicación del proyecto Centro Comercial entre las calles Luis Imaicela entre Azuay y mayor Rene Ulloa (Antiguo centro de salud) es apropiada y accesible para la población?
3. ¿Qué es lo primero que toma en cuenta al visitar un Centro Comercial?
4. ¿Qué tipo de servicios le gustaría que tenga el nuevo centro comercial?
5. ¿Cómo considera que debe ser el ambiente del Centro Comercial?
6. ¿Cómo le gustaría que sean los espacios públicos del Centro Comercial?
7. ¿Usted acudiría a un Centro Comercial para recreación y entretenimiento?
8. ¿Le gustaría que el Centro Comercial cuente con espacios exteriores para descanso, espera, puntos de encuentro y áreas de vegetación?
9. Considera importante que en el Centro Comercial se adecue un lugar para actividades culturales y recreacionales como: obras de teatro, desfile de modas, exposiciones, conciertos, etc.
10. El acceso al Centro Comercial debería ser:

Figura 21. Resultados de las encuestas aplicadas a la población del cantón.



Elaborado por: La Autora

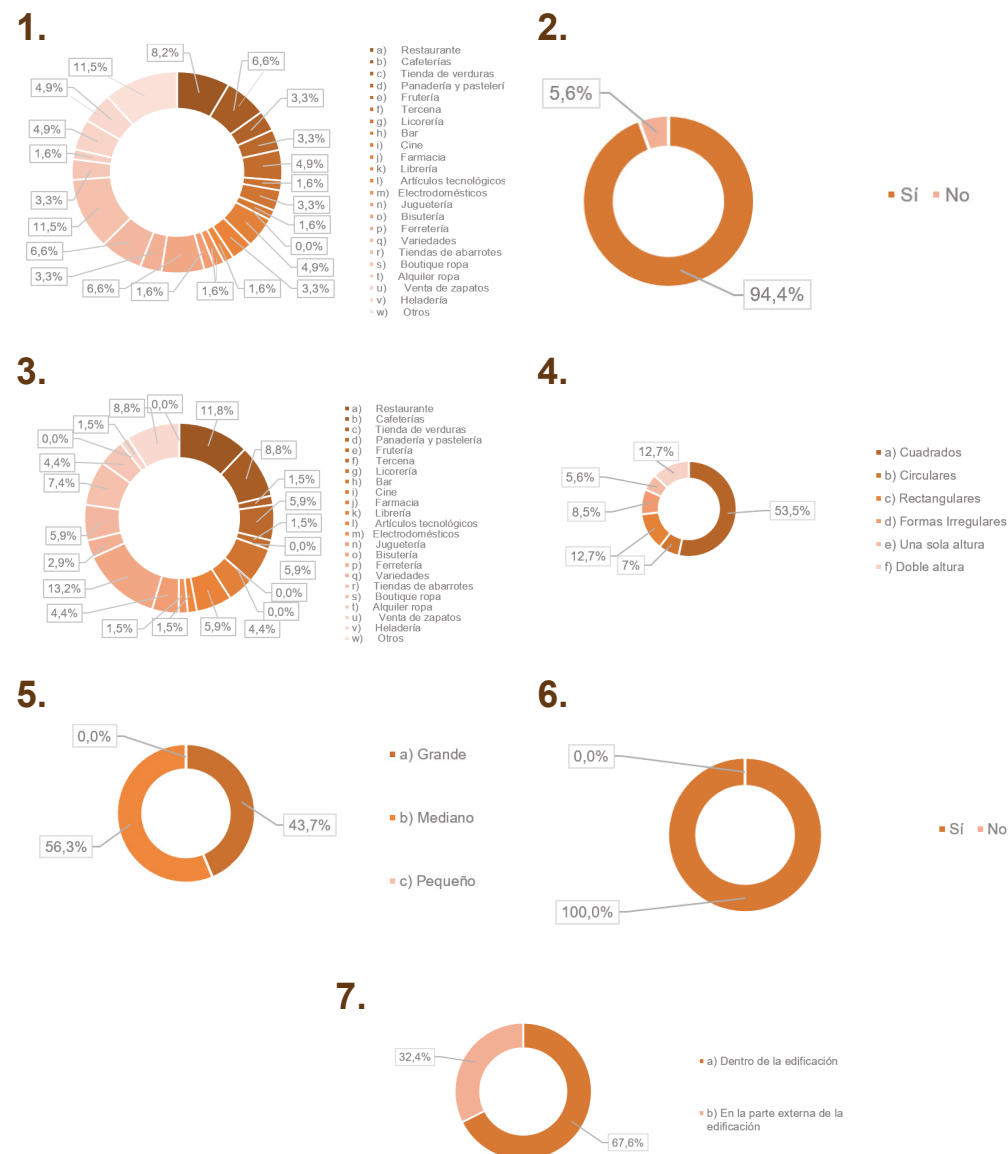
Encuesta aplicada a comerciantes

1. ¿Qué tipo de negocio tiene?
2. ¿Le gustaría adquirir un local comercial en el nuevo centro comercial?
3. ¿Qué tipo de comercio pondría en el local comercial?
4. ¿Cómo le gustaría que fueran los espacios de los locales comerciales?
5. Con respecto al tamaño del local, ¿Cómo le gustaría que fuera su local comercial
6. ¿Considera usted, que el diseño de los locales y del centro comercial es importante para atraer clientela?
7. ¿Dónde considera que sería el lugar más idóneo respecto a la ubicación de su local comercial?

Descripción de los resultados de las encuestas

Para conocer los requerimientos de la ciudadanía se aplicaron encuestas a una muestra de la población y a comerciantes del cantón, obteniendo los siguientes resultados: Espacios de la edificación semiabiertos, áreas exteriores para descanso, punto de encuentro y áreas de vegetación, espacios para actividades culturales y recreacionales, accesos principales desde dos lados de las fachadas, locales comerciales medianos, cuadrados y de preferencia dentro de la edificación.

Figura 22. Resultados de las encuestas aplicadas a los comerciantes del cantón.



Análisis económico

Según el Censo de Población y Vivienda (2010), la actividad del cantón El Pangui se basa principalmente en la ganadería, agricultura, silvicultura, pesca y del comercio al por mayor y menor.

Sectores de la población activa por rama de actividad

Las poblaciones económicamente activas del cantón se dedican principalmente al sector económico primario representada por 1,643.00 personas (PDOT El Pangui, 2014 - 2019).

Tabla 3. Sectores de la población activa por rama de actividad

ACTIVIDAD ECONÓMICA	SECTOR	POBLACIÓN
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	Sector primario	1,643.00
Explotación de minas y canteras		
Manufactura	Sector Industrial	350.00
Suministro de electricidad y de agua	Sector de Servicios	881.00
Construcción		
Comercio		
Actividades de alojamiento y de comidas		
Transporte, información y comunicaciones		
Actividades financieras		
Actividades profesionales e inmobiliarias		
Administración pública		
Enseñanza		
Salud		
Otros Servicios		

Fuente: PDOT El Pangui, 2014

Elaborado por: La Autora

Comercio

La actividad ganadera es la más conocida en el cantón. Los terrenos y fincas son usados para plantar café, cacao y plátano, los cultivos son comercializados en ferias locales y mercados fuera del cantón.

Industria

En el cantón El Pangui, la economía está dada por la elaboración de yogurt mediante la utilización de la leche que produce el sector ganadero del cantón, la producción de café de filtrar y chocolate que también utiliza productos y cultivos de la zona estos productos son vendidos tanto a nivel local, provincial e interprovincial por los emprendedores de la localidad.

Población Económicamente Activa e Inactiva del Cantón

Según el Censo de población y vivienda (2010), la población activa del cantón e inactiva está integrada por personas que no tienen trabajo ni lo buscan representa el 46% de la población.

Establecimientos económicos

Dentro del cantón existe un gran número de establecimientos dedicados al comercio de los cuales se detallan los que están y no están afiliados a un gremio.

Tabla 4. Establecimientos económicos existentes en el cantón

12	TOTAL	SI	NO
Industrias manufactureras	32	3	29
Construcción	2	0	2
Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas	144	5	139
Transporte y almacenamiento	3	2	1
Actividades de alojamiento y de servicio de comidas.	30	1	29
Información y comunicación	13	0	13
Actividades inmobiliarias	1	0	1
Actividades profesionales, científicas y técnicas	4	2	2
Actividades de servicios administrativos y de apoyo.	2	0	2
Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria	5	0	5
Enseñanza	12	1	11
Actividades de atención de la salud humana y de asistencia social	12	0	12
Artes, entretenimiento y recreación	8	1	7
EL PANGUI TOTAL	268	15	253

Fuente: PDOT El Panguí, 2014
Elaborado por: La Autora

Potencialidades y problemas del componente Socioeconómico

Tabla 5. Variables, potencialidades y problemas del sector socioeconómico

SECTOR SOCIOECONÓMICO		
VARIABLES	POTENCIALIDADES	PROBLEMAS
Infraestructura de apoyo a la producción	Disponibilidad de un camal municipal y centros de acopio agrícola	Deficiente calidad y cantidad en la Producción agropecuaria no tecnificada
Mercado de capitales y finanzas	Para las comunidades de El Panguí los centros de comercialización constituyen las ferias del cantón El Panguí, Pachicutza, Yantzaza y Gualaquiza.	Inexistencia de mercados fijos y precios fijos.
Establecimientos económicos productivos	Existencia de tiendas de abarrotes, supermercados, centros comerciales, almacenes, bisuterías, ferreterías, cibernetas, organizaciones con y sin fines de lucro, Almacenes de insumos Agropecuarios, Almacenes de electrodomésticos y feria agrícola.	Inexistencia locales comerciales.
Infraestructura de apoyo a la producción	Existencia de centros de acopio para productos como maíz, café, cacao, elaboración de embutido	No se encuentran con una infraestructura adecuada y deficientes equipos y materiales.

Fuente: PDOT El Panguí, 2014
Elaborado por: La Autora

Existen tiendas de abarrotes, supermercados, almacenes, bisuterías, ferreterías, organizaciones con y sin fines de lucro, almacenes de insumos agropecuarios, almacenes de electrodomésticos y feria agrícola, pero para esta alta demanda comercial no existes suficientes locales comerciales.

Análisis físico espacial

Zonificación Urbana de El Pangui

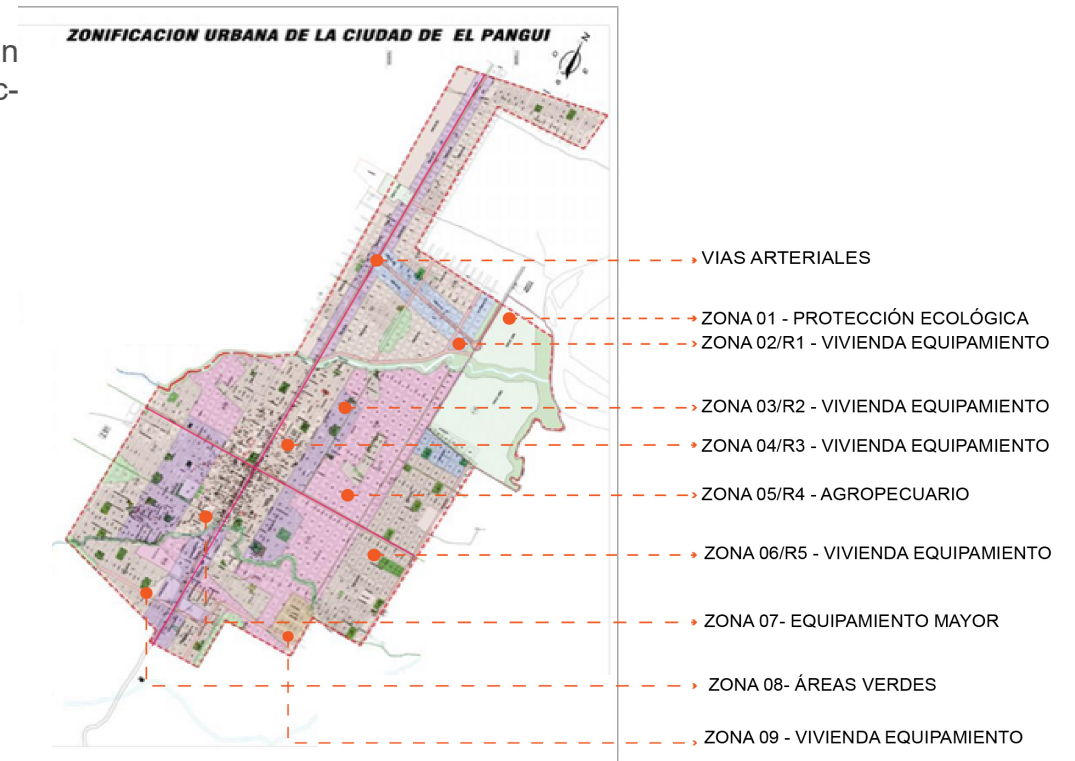
El cantón El Pangui esta compuesto por 9 zonas, las cuales dependen del uso asignado como vivienda, equipamiento, agropecuario y protección ecológica.

Tabla 6. Áreas de zonificación urbana del cantón El Pangui

AREAS POR ZONIFICACIÓN			
ZONIFICACIÓN	ÁREA	PORCENTAJE	USO ASIGNADO
ZONA 01	48.50	5.82	PROTECCIÓN ECOLÓGICA
ZONA 02/R1	36.50	4.38	VIVIENDA-EQUIPAMIENTO
ZONA 03/R2	142.90	17.14	VIVIENDA-EQUIPAMIENTO
ZONA 04/R3	225.6	27.06	VIVIENDA-EQUIPAMIENTO
ZONA 05/R4	195.3	23.42	AGROPECUARIO
ZONA 06/R5	94.5	11.33	VIVIENDA-EQUIPAMIENTO
ZONA 07	82.2	9.86	EQUIPAMIENTO MAYOR
ZONA 09/R6	8.25	0.99	VIVIENDA-EQUIPAMIENTO
TOTAL	833.75	100.00	

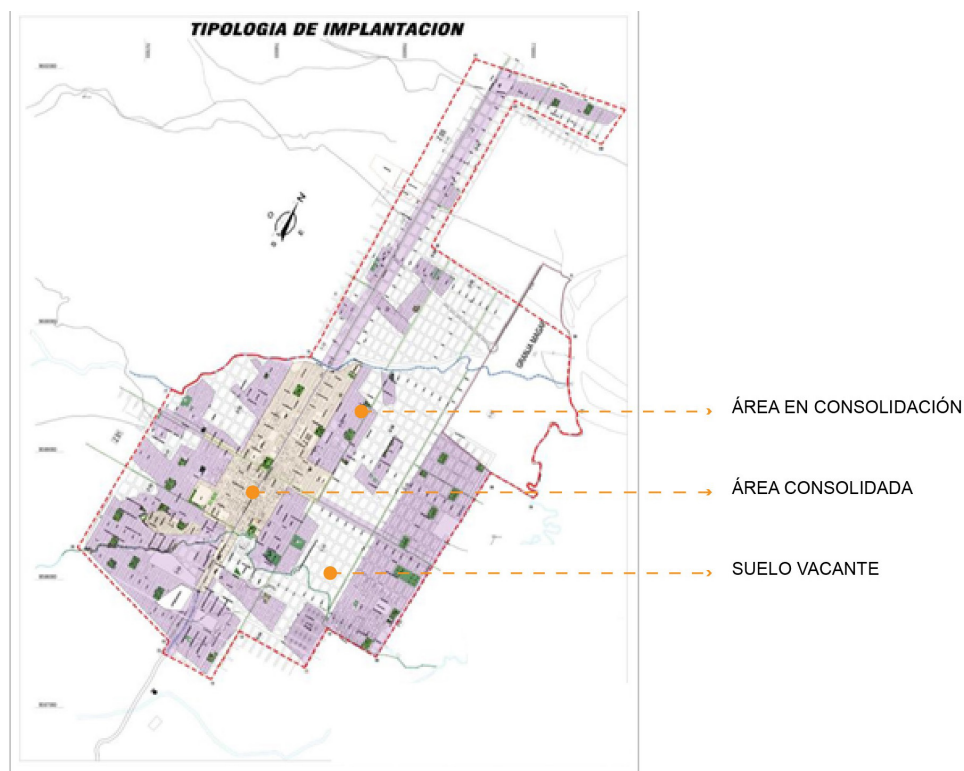
Fuente: PDOT El Pangui, 2014
Elaborado por: La Autora

Figura 23. Zonificación Urbana del cantón El Pangui



Fuente: PDOT El Pangui, 2014
Elaborado por: La Autora

Figura 24. Tipología de implantación del cantón



Fuente: PDOT El Pangui, 2014
Elaborado por: La Autora

Uso de suelo

El uso de suelo en el cantón el Pangui es muy variada, la mayoría es de uso pastoril en áreas vacantes.

Es evidente que a lo largo de Av. Jorge Mosquera hay gran cantidad de uso de suelo comercial en planta baja, en otros sectores y calles secundarias predomina el uso residencial, dentro de la zona urbana existen dos zonas que por sus características tienen un tratamiento especial estas son: una zona para suelos no urbanizables y otra zona destinada a la agricultura.

Tabla 7. Tipo de ocupación del suelo del cantón

TIPO DE OCUPACIÓN	ÁREA	%
CONSOLIDADA	141.88	17.02
EN CONSOLIDACIÓN	368.8	44.23
SUELO VACANTE	323.07	38.75

Fuente: PDOT El Pangui, 2014
Elaborado por: La Autora

Altura de las edificaciones en el cantón

Se pudo analizar que en las principales Avenidas como es la Av. 13 de mayo y la Av. Jorge Mosquera hay concentración de edificaciones de 3, 4 y 5 pisos, siendo estos los principales ejes de crecimiento del cantón.

Altura Contexto Inmediato del terreno

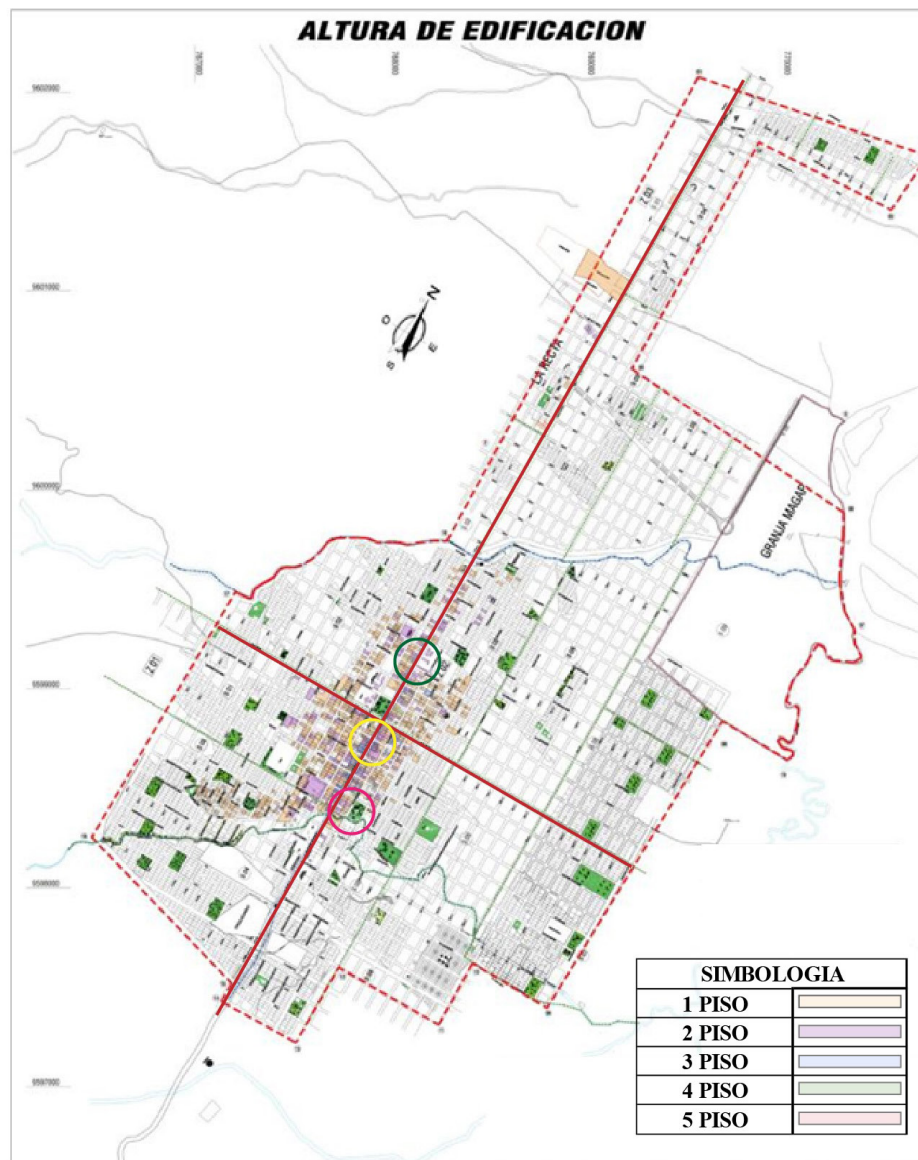
En cuanto al contexto inmediato del terreno hay predominio de alturas que van desde 1 piso hasta 3 y 4 pisos de altura.

Figura 25. Alturas de las edificaciones del contexto inmediato del terreno



Fuente: La Autora
Elaborado por: La Autora

Figura 26. Alturas de las edificaciones del cantón El Pangui



Fuente: PDOT El Pangui, 2014
 Elaborado por: La Autora

Perfil Urbano

El perfil de las edificaciones varía de acuerdo a cada calle, pero en su mayoría, presentan cierto grado de homogeneidad, entre edificaciones colindantes no tienen alturas exageradas.

Figura 27. Perfil urbano del contexto inmediato del terreno



Perfil Urbano Avenida Jorge Mosquera



Perfil Urbano Calle Azuay



Perfil Urbano Avenida Jorge Mosquera

Perfil Urbano Calle Azuay

Fuente: La Autora
 Elaborado por: La Autora

Sistema Constructivo predominante en viviendas

Con respecto a los materiales que se pueden evidenciar en la mayoría de las edificaciones, prevalece el ladrillo como material de construcción, la mayoría utiliza cubiertas de estructura metálica, predominando el hormigón armado como sistema constructivo.

Figura 28. Sistema constructivo predominante



Fuente: La Autora
Elaborado por: La Autora

El uso de suelo en el cantón es muy variado, existen áreas vacantes y gran cantidad de uso de suelo comercial turístico en la planta baja de las avenidas principales, en otros sectores y calles secundarias predomina el uso residencial, también se puede evidenciar que en las avenidas principales hay concentración de edificaciones de 3 y 4 pisos, siendo estos los principales ejes de crecimiento.

Análisis de conectividad

Conectividad vial principal

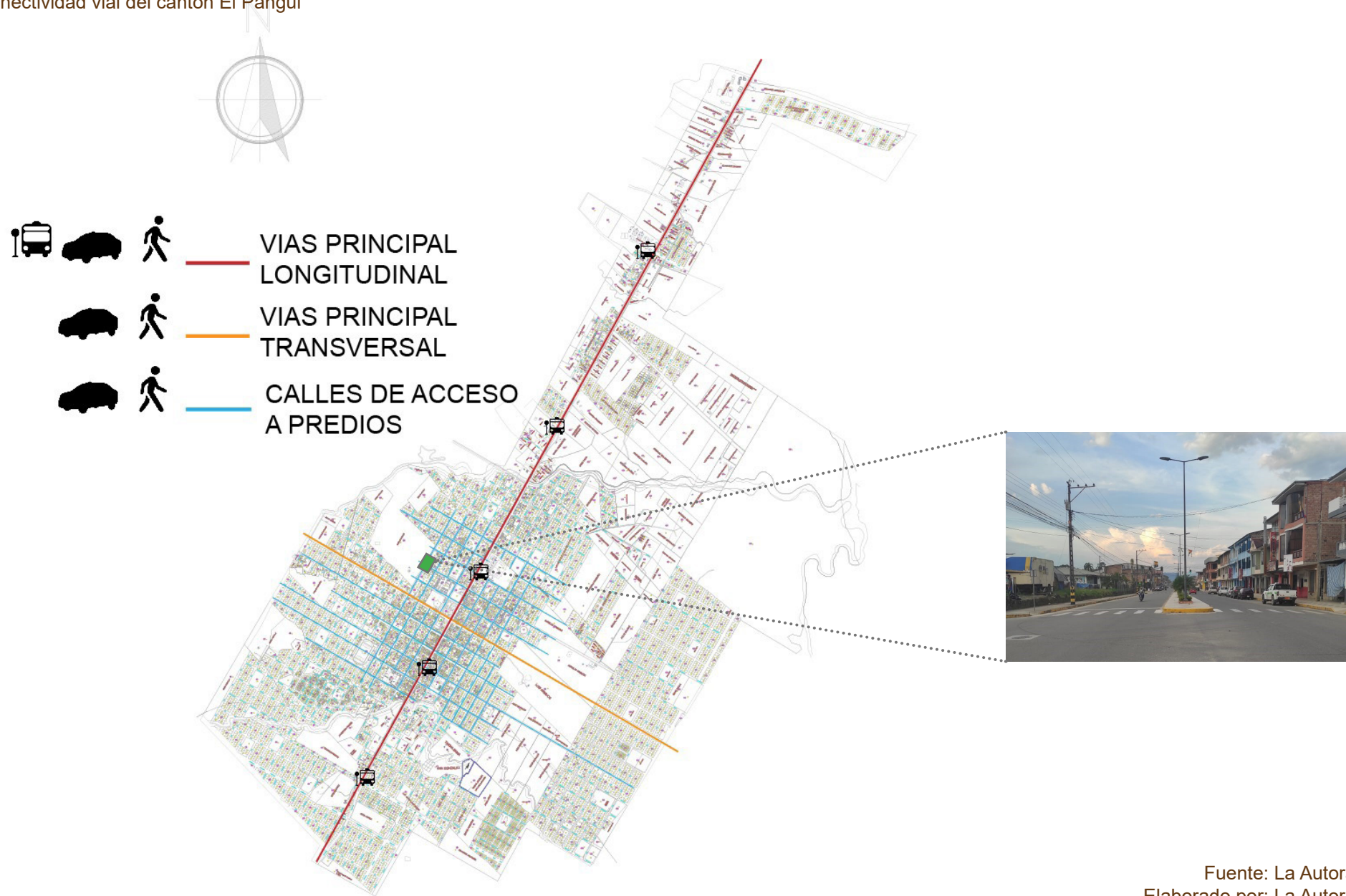
El cantón cuenta con dos accesos principales, el primero está en dirección al cantón Yantzaza perteneciente a la provincia de Zamora Chinchipe y el segundo hacia el cantón Gualaquiza de la provincia de Morona Santiago. La vía que une estos dos accesos en forma lineal en la Troncal Amazónica, como podemos ver en la Figura 29.

Infraestructura vial

En su mayoría las vías primarias que componen el cantón cuentan con servicios como: muros de contención, cunetas, señalización, puentes, guardavías, alcantarillas, estas vías están asfaltadas. La mayor parte de las vías secundarias también cuentan con obras subterráneas, pero no en su totalidad y las vías terciarias no cuentan con ningún tipo de infraestructura vial.

El terreno a intervenir se encuentra dentro de la zona en donde existe todos los servicios básicos y es bastante accesible.

Figura 29. Conectividad vial del cantón El Pangui



3.3 JUSTIFICACIÓN DEL TERRENO

Esquema 7. Metodología para la selección del terreno



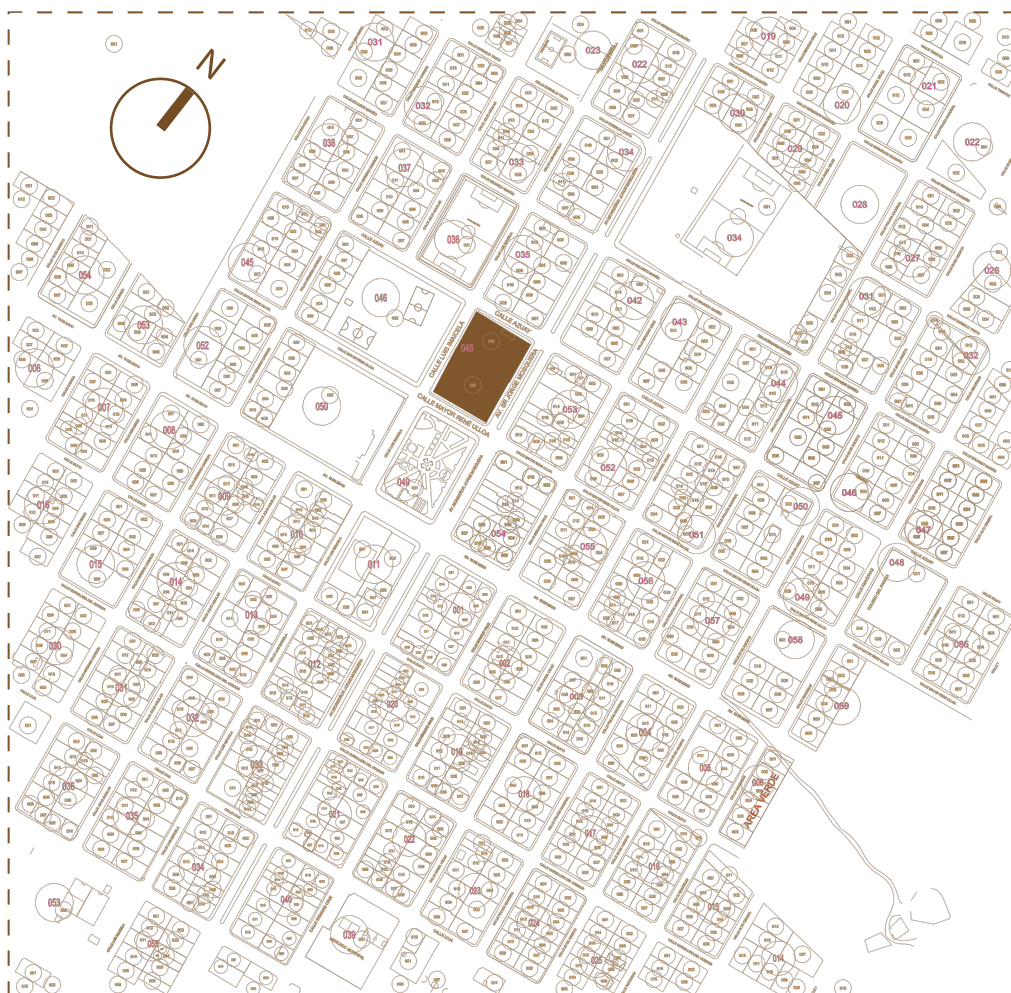
Fuente: Benites, P. J. (2017)
 Elaborado por: La Autora

El análisis y justificación del terreno permitirán tomar las mejores decisiones en el diseño del proyecto, tomando en cuenta las distintas características que este presenta para ubicar estratégicamente cada uno de los espacios del equipamiento. Para ello se analizarán su ubicación puntual, dimensiones y topografía, microclima, accesibilidad, servicio, equipamientos cercanos y su estado y uso actual.

UBICACIÓN

Se encuentra entre las calles Luis Imaicela, Mayor René Ulloa, Azuay y Av. Jorge Mosquera. La selección del terreno fue previamente hecha por el GAD del cantón, con la idea de implantar un proyecto comercial a futuro para beneficio de la población. Su ubicación es bastante idónea ya que este se encuentra en el centro de la ciudad y es de propiedad pública.

Figura 30. Ubicación del predio urbano



Fuente: La Autora
Elaborado por: La Autora

INFORMACIÓN DEL PREDIO URBANO

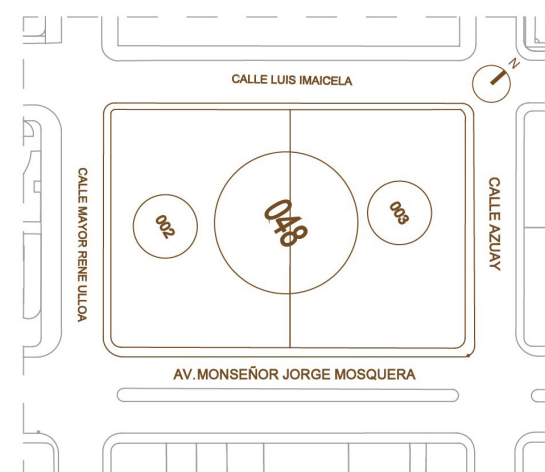
Según información encontrada en el departamento de avalúo y catastros del GAD El Pangui, el predio presenta la siguiente información catastral:

PREDIO 002

Manzana 048
Parroquia 50
Zona 01
Sector 02
Uso Const 22

PREDIO 003

Manzana 048
Parroquia 50
Zona 01
Sector 02
Uso Const 8



PREDIO 002

Área m2:
2565.42

PREDIO 003

Área m2:
2569.94

ÁREA TOTAL

Área m2:
5.134,36

Identificación - Ubicación

Barrio: La Florida

Calle: Av Jorge Mosquera entre Azuay, Mayor Rene Ulloa y Luis Imaicela

Clave catastral lote 003: 190650010204800300000000

Clave catastral lote 002: 190650010204800200000000

Identificación Legal

Tiene escritura: si

Tipo de propiedad: Unipropiedad

Propietario: institución (GAD municipal de El Pangui)

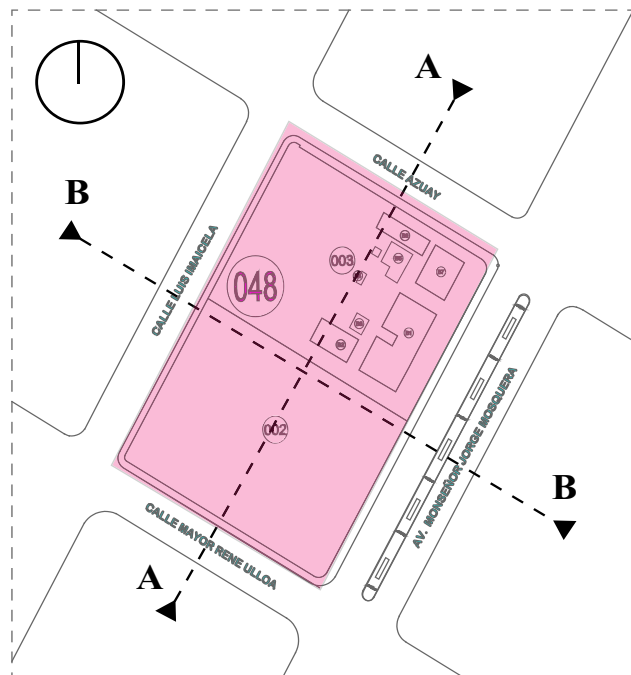
Resumen de avalúo

Tipo de predio: Urbano

Avaluó de Terreno: 166336.28

Avaluó Cerramiento: 1437.62

Figura 31. Dimensiones y Topografía



Área = 5.134,36 m².

Elaborado por: La Autora

DIMENSIONES Y TOPOGRAFÍA

El terreno posee una pendiente relativamente pequeña hacia el lado este donde se encuentra la Avenida principal Jorge Mosquera, calle de mayor afluencia vehicular y peatonal.

Cuenta con un área de 5.134,36 m², el mismo que es perteneciente al Municipio del cantón El Panguí.

Según el código de Arquitectura y Urbanismo de Quito (2012) el comercio se diferencia en tres categorías: Vecinal, Distrital, Metropolitano.

Tabla 8 Equipamiento comercial radio de influencia y abastecimiento



Perfil de elevación longitudinal A-A



Perfil de elevación transversal B-B

EQUIPAMIENTO / ÁREA POR POBLACIÓN			
TIPO	RADIO DE INFLUENCIA	ÁREA POR PERSONA m ² /hab	ÁREA POR POBLACIÓN DE 8.619
Comercio Distrital	2400 m	0.3	2,585.7

Fuente: Código de Arquitectura y Urbanismo Quito, (2012)
Elaborado por: La Autora

MICROCLIMA

La temperatura varía de entre 20 a 24 °C, se caracteriza por ser bastante lluvioso y tener un clima cálido húmedo. (PDOT El Panguí, 2014 - 2019).

El perfil urbano al rededor de la edificación en regular y permite la incidencia directa tanto de sol lluvia y vientos. Una orientación adecuada de la edificación, aprovechando los vientos dominantes que van de noreste a sureste tal como se muestra en la figura 32 y el recorrido solar, es importante para generar estratégicamente aberturas que permitan el ingreso de iluminación solar brindando confort en los distintos ambientes.

ESTADO Y USO ACTUAL

En el predio actualmente se puede evidenciar que existe una edificación bastante deteriorada conocida como el antiguo Centro de Salud, además el terreno es utilizado para ubicar a ferias comerciales, las mismas que generan gran afluencia de personas, al mismo tiempo que visita el parque central que queda junto al predio.

Figura 32. Microclima del terreno

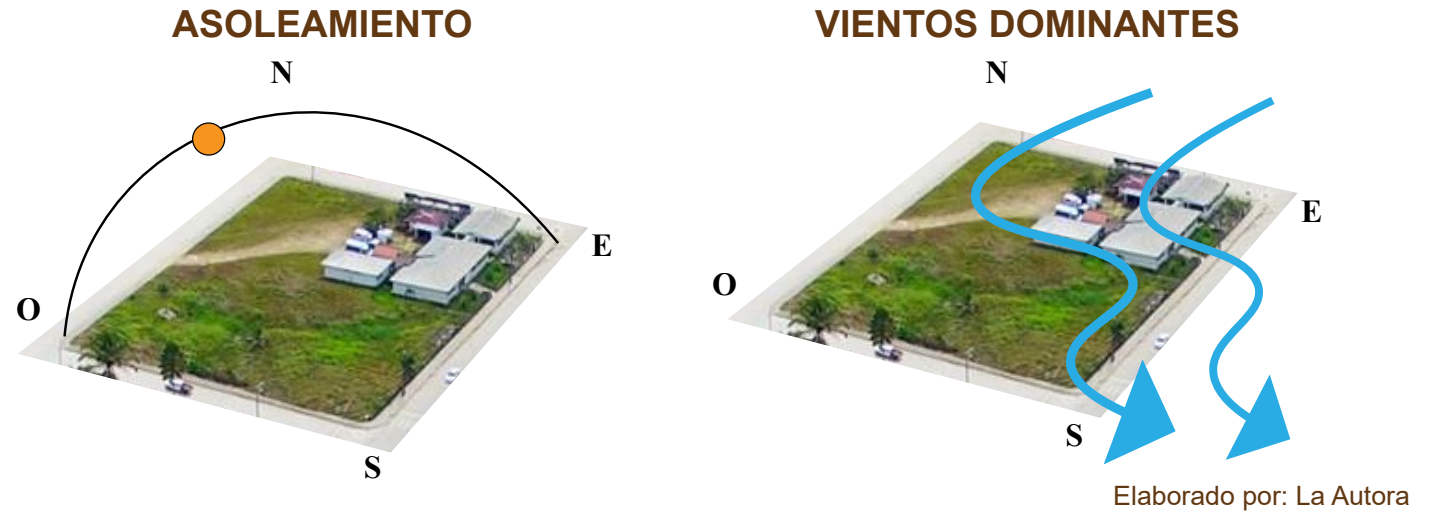


Figura 33. Estado y uso actual del terreno

FERIAS COMERCIALES

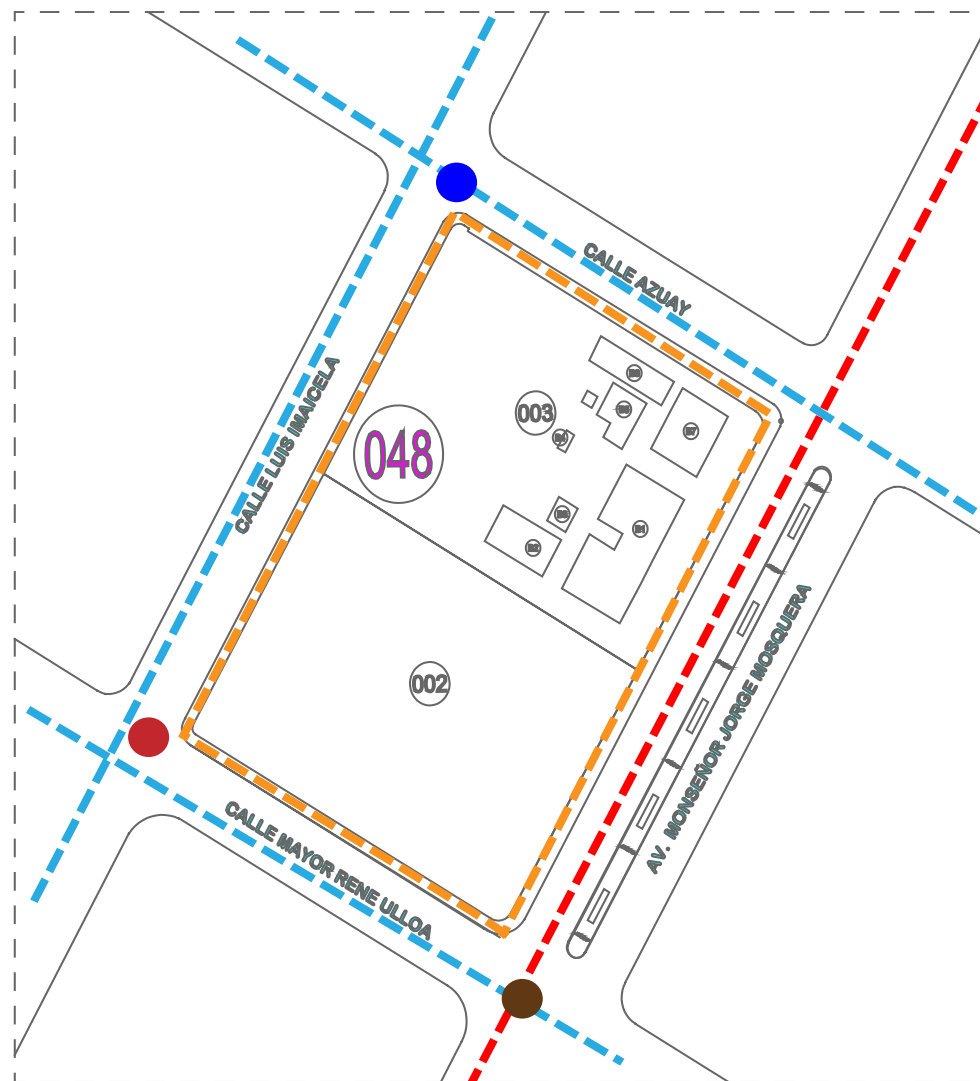
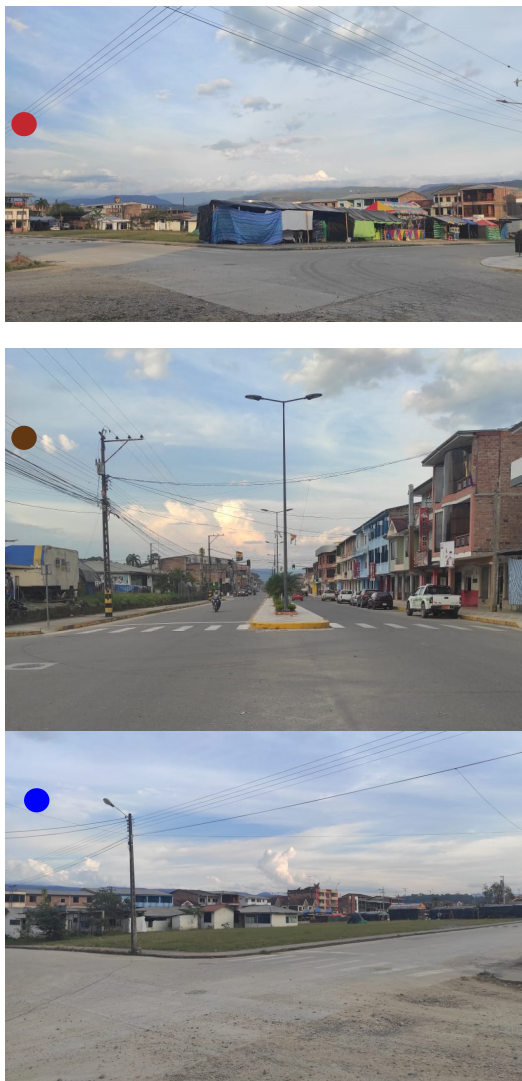


EDIFICACIÓN EXISTENTE



Elaborado por: La Autora

Figura 34. Accesibilidad y servicios



Elaborado por: La Autora

ACCESIBILIDAD Y SERVICIOS

Las calles que rodean el terreno de estudio son asfaltadas. El terreno es accesible desde cualquiera de sus lados ya que esta rodeado por vías que presentan un buen estado y aceras que permiten la circulación peatonal.

Frente al terreno pasa una vía principal como es la Troncal Amazónica que permiten el acceso vehicular hacia el terreno.

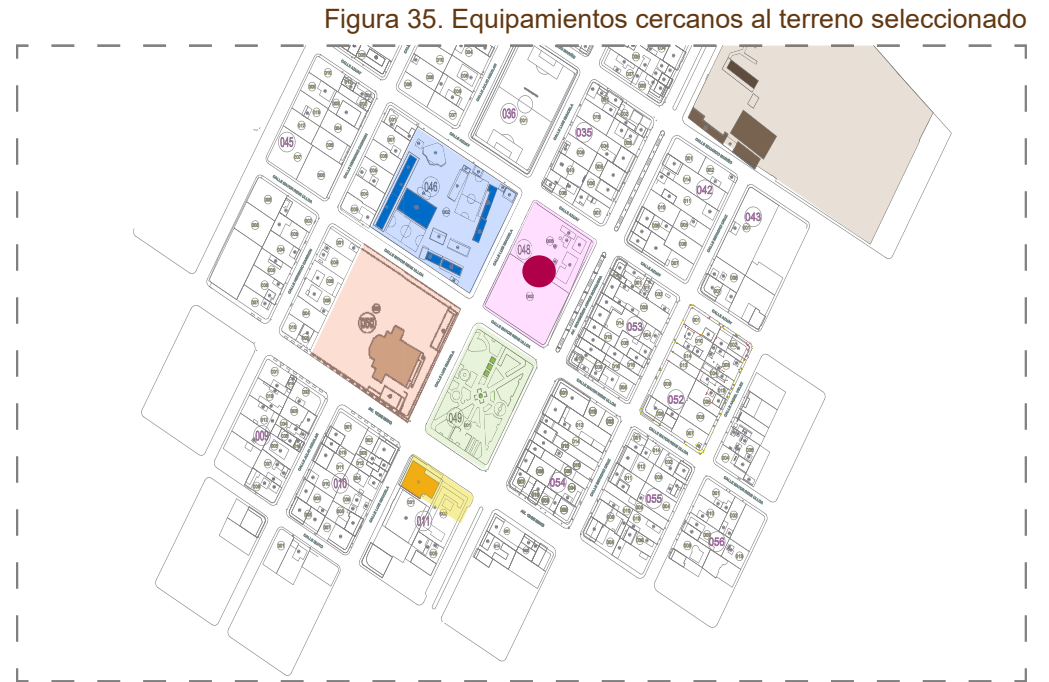
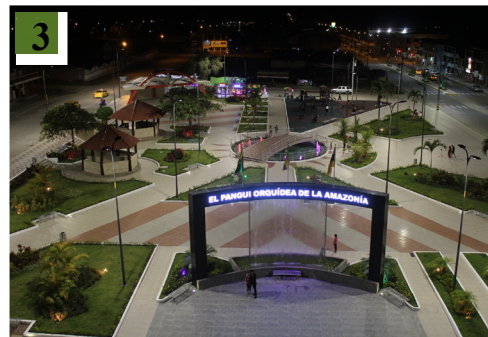
Con respecto a los servicios, este cuenta con obras de alcantarillado, alumbrado público, agua potable, aceras y bordillos, señalización vial, acceso a servicios de telecomunicaciones, energía eléctrica, redes viales y de transportes y demás servicios básicos para el buen desarrollo de las actividades en el sector.

EQUIPAMIENTOS CERCANOS

La ubicación del terreno es bastante privilegiada debido a que se encuentra en un lugar rodeado de los equipamientos más importantes del cantón como es:

1. Iglesia Católica Nuestra Señora de Fátima.
2. Colegio Fiscomisional “Ecuador Amazónico”.
3. Parque Central El Panguí.
4. Universidad Estatal Amazónica.
5. GAD El Panguí.

Equipamientos que próximos y que están a una distancia caminable de no más de 10 min.



Elaborado por: La Autora

Conclusión:

El terreno seleccionado fue escogido ya que cumple con las normas, dimensiones y las características esenciales que debe tener un terreno para el tipo de equipamiento al cual va a ser destinado, este terreno es propiedad de la municipalidad del cantón. La ubicación es bastante idónea ya que se encuentra en una zona bastante comercial y con distancias caminables a equipamientos cercanos, es accesible por cualquiera de sus calles colindantes y además cuenta con todos los servicios básicos y servicios necesarios para ofrecer un buen servicio a la ciudadanía.



3.4. MARCO REFERENCIAL

Figura 36. Centro Comercial “LA ALMAZARA”



Fuente: Plataforma Arquitectura, (2012)
Elaborado por: La Autora

CENTRO COMERCIAL “LA ALMAZARA”

Ubicación del proyecto: San Vicente del Raspeig, España

Fecha de construcción: 2012

Superficie: 21.000 m² para edificación y 7.000 m² zonas verdes, espacios de paseo y estacionamientos.

Arquitectos: Rafael Landete Pascual, Emilio Cortes Saura.

La edificación se encuentra en San Vicente del Raspeig, tiene una extensión de 3.934 Ha, que representan el 0,67% de la provincia de Alicante, y el 0,16% del total de la Comunidad Valenciana.

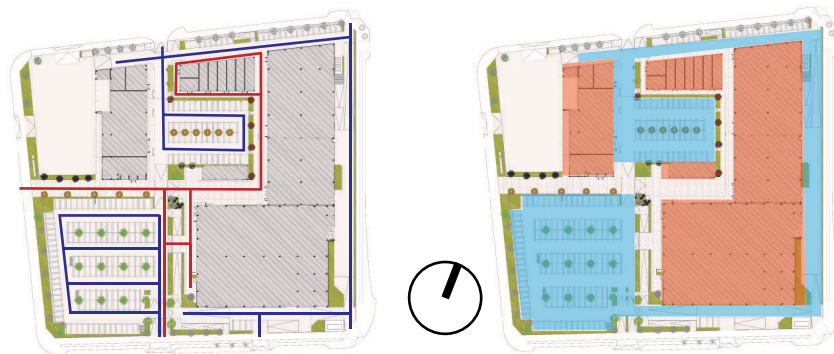
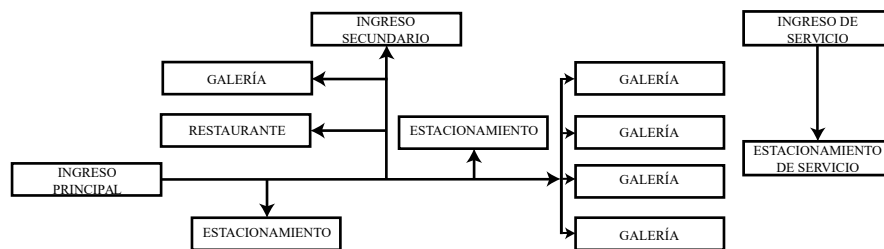
Las medias climáticas oscilan entre los 11°C de enero y los 35°C de julio y agosto, las lluvias no pasan de 340 m³ anuales, el medio climático es el típico del litoral mediterráneo. El clima es agradable, con una atmósfera muy clara y aire muy puro.

LÓGICA ESTRUCTURAL

FLEXIBILIDAD DE ESPACIOS E INNOVACIÓN TECNOLÓGICA

- Estructura compositiva en forma de C, orientada al sur con el fin de usar los espacios abiertos la mayor parte del año.
- Carril perimetral para carga y descarga de mercancías de los locales para evitar cruces en las circulaciones.
- Prioridad al peatón con circulaciones de hasta 8m, vinculadas a zonas verdes para el uso y disfrute libre de los usuarios.

FUNCIÓN



CIRCULACIÓN PEATONAL —
 CIRCULACIÓN VEHÍCULAR —

ZONA DE COMERCIO —
 ZONA DE SERVICIOS —

FORMAL-EXPRESIVO

MATERIALIDAD

- Locales de estructura prefabricada de hormigón armado con cimentaciones ejecutadas in situ.
- Cerramientos de paneles prefabricados de hormigón armado y cemento blanco de 160 mm de espesor prendidos a la estructura.
- Cubiertas de paneles tipo sándwich de 90 mm de espesor con lámina impermeable soldada por la cara superior.
- Fachadas de los locales que recaen sobre las zonas peatonales de vidrio que van de suelo a techo alcanzando una altura de 4,50 metros de altura con perfilaría oculta bajo el pavimento potenciando la exhibición del producto expuesto tras el cristal.

COMPOSICIÓN VOLUMÉTRICA

Todo el conjunto se desarrolla en una topografía uniforme y un clima propicio para el uso y disfrute de espacios abiertos, las fachadas rectangulares y sencillas permiten que la edificación encaje con el entorno y responda a las necesidades del mismo.

Con las formas empleadas y la disposición de las mismas en la composición de la edificación, se potencian los espacios peatonales mediante la implementación de vegetación reconocible en el entorno.

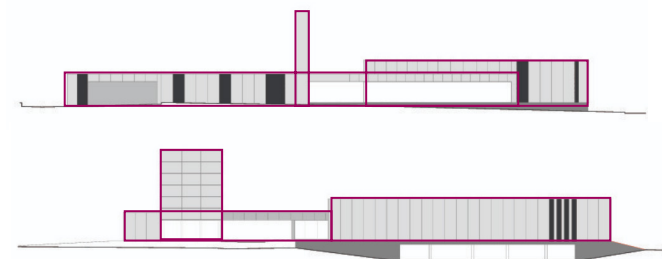


Figura 37. Centro Comercial “ASMAÇATI”



Fuente: Plataforma Arquitectura, (2011)
Elaborado por: La Autora

CENTRO COMERCIAL “ASMAÇATI”

Ubicación del proyecto: Esmirna, Turquía

Fecha de construcción: 2009

Superficie: 22.760 m² terreno, ocupada 12.824 m², libre 9.936 m².

Arquitectos: Tabanlıoğlu Architects.

Este equipamiento funciona como punto de encuentro y Centro Comercial de la ciudad, la misma que se encuentra ubicada en Esmirna. El estilo de vida de Esmirna es valorada y el centro representa en sus edificaciones este estilo de vida donde la gente prefiere pasar tiempo en la parte exterior debido a las condiciones climáticas de la ciudad la cual se caracteriza por tener un clima cálido, todas estas condicionantes fueron pensadas y plasmadas en el Centro Comercial Asmaçati.

Figura 38. "CENTRO COMERCIAL Y PLAZA PUBLICA ACAECE"



Fuente: Plataforma Arquitectura, (2017)
Elaborado por: La Autora

"CENTRO COMERCIAL Y PLAZA PÚBLICA ACAECE "

Ubicación del proyecto: Córdoba, Argentina.

Fecha de construcción: 2017

Superficie: 2000 m²

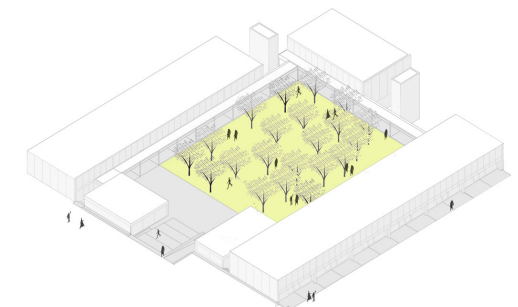
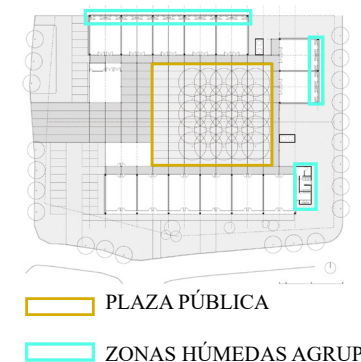
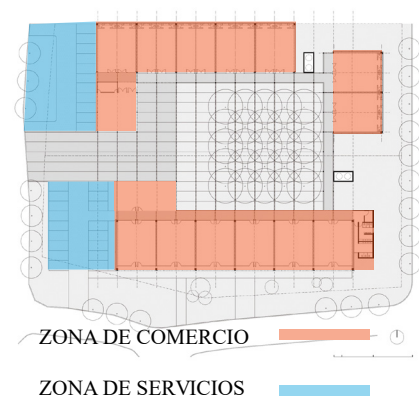
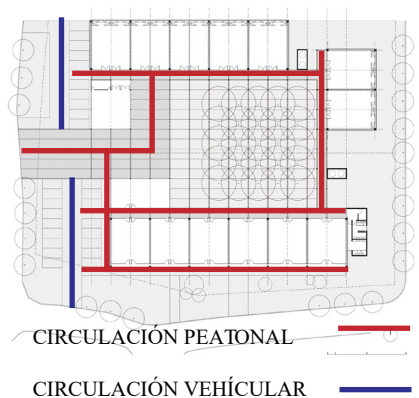
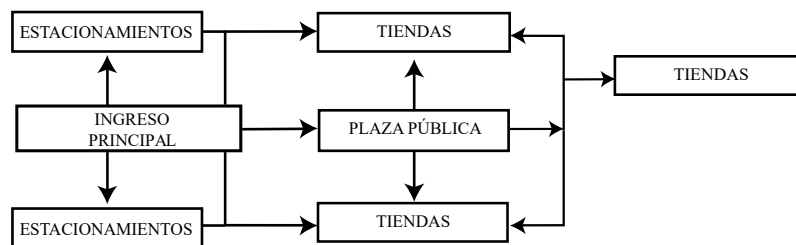
Arquitectos: BLT arquitectos

En medio de un área suburbana de la ciudad de Córdoba, Argentina. Se encuentra ubicado este pequeño Centro Comercial, en un entorno urbano discontinuo y anónimo con viviendas individuales y edificios asilados. De ahí surge el proyecto con la finalidad de crear un lugar de encuentro significativo que se convierta en un punto de referencia para el sector.

LÓGICA ESTRUCTURAL

- La edificación como espacio público para varias actividades.
- El corazón es la plaza la cual está rodeada por tres naves que permiten formar y limitar dicho espacio.
- Rigurosa modulación la cual permite unir las grandes luces de las tres naves prefabricadas y las luces más pequeñas.
- Las áreas húmedas se ubican en el fondo de los locales generando una agrupación lineal de áreas húmedas.
- La utilización de una estructura liviana ayudan a que la edificación sea más flexible, con espacios amplios donde el usuario pueda desplazarse libremente y pueda admirar los diferentes ambientes que componen el Centro Comercial.

FUNCIÓN



FORMAL-EXPRESIVO

MATERIALIDAD

- Naves ejecutadas con estructuras prefabricadas de hormigón, unidas por una recova metálica.
- El piso a base de hormigón, en la plaza adoquín de diversas texturas y colores y césped en forma de alfombra.
- La edificación está compuesta por textura de ladrillo en paredes de fachada, elementos metálicos de protección y estructuras prefabricadas.

COMPOSICIÓN VOLUMÉTRICA

La meta del proyecto es construir un espacio urbano significativo en medio de un suburbio mediante la recuperación y resignificación de las cualidades urbanas de la ciudad tradicional, es decir la plaza, para poder desde la arquitectura mejorar los espacios, mediante la utilización de volúmenes ortogonales, que permiten bordear este espacio significativo como es la plaza para brindar a la población un lugar de interacción social, recreativa y comercial, generando de esta manera un núcleo activo de la ciudad.

SÍNTESIS DEL MARCO REFERENCIAL

En la presente síntesis, se detalla los aspectos más importantes de cada proyecto, resaltando ciertas similitudes en cada una de ellas con la finalidad de aplicar buenas estrategias de diseño en la propuesta a realizarse.

Esquema 8. Síntesis del Marco Referencial

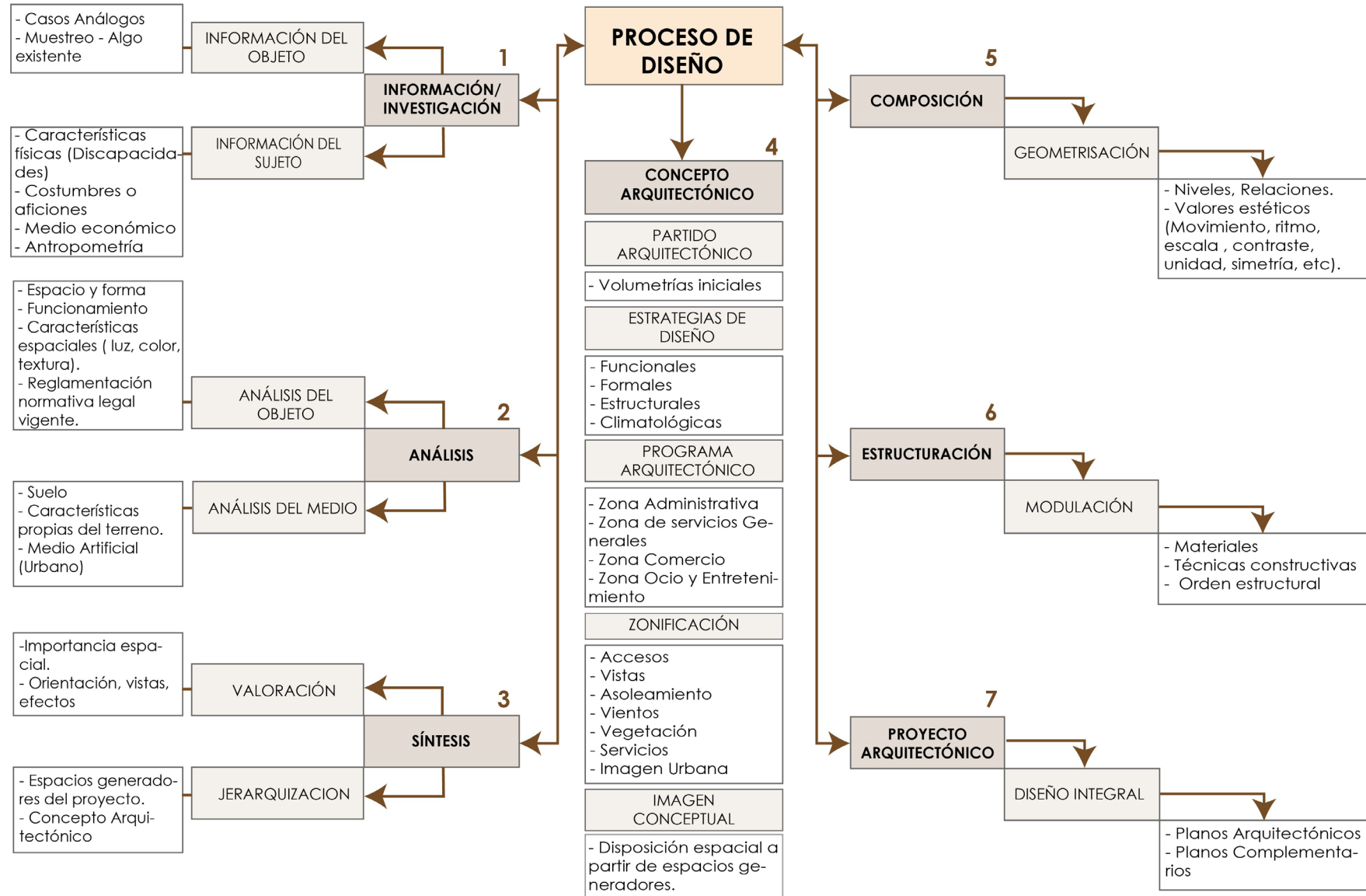


Fuente: La Autora
Elaborado por: La Autora

CAPÍTULO 4

PROPUESTA DE DISEÑO

4.1 METODOLOGÍA PARA LA PROPUESTA



Esquema 9. Metodología para la propuesta de diseño

Fuente: Ciencia y Arte en la Metodología Cualitativa, 2006.
 Elaborado por: La Autora

4.2. PARTIDO ARQUITECTÓNICO

El proyecto contiene un terreno regular, conectado a sus cuatro lados por calles accesibles tanto para vehículos como para peatones. De acuerdo al análisis realizado el terreno a intervenir cumple con las condiciones apropiadas para el equipamiento que se quiere diseñar, debido a sus condiciones, viales, topográficas, climáticas y su contexto en general.

La necesidad de una edificación para satisfacer la demanda de adquisición y venta de productos del cantón y a la vez que resulte un lugar de encuentro para la población, son puntos clave para el desarrollo de la propuesta. La misma que servirá como un núcleo de activación económica y social importante para el cantón.

Basándose en los resultados de los patrones arrojados en las encuestas aplicadas a la población del cantón y a los comerciantes, el modelo a seguir es el Dumbbell Doble considerando que los usuarios requieren locales medianos para colocar sus emprendimientos aprovechando que el uso de suelo es bastante comercial. Es por ellos que, la propuesta se configura en base a cuatro calles colindantes, cuatro bloques, cada uno de ellos ofreciendo actividades tanto de entretenimiento, patio de comidas y supermercados así como parqueadero, manteniendo un gran núcleo central con área verde para recreación y descanso, compuesta por volumetrías ortogonales y orgánicas.

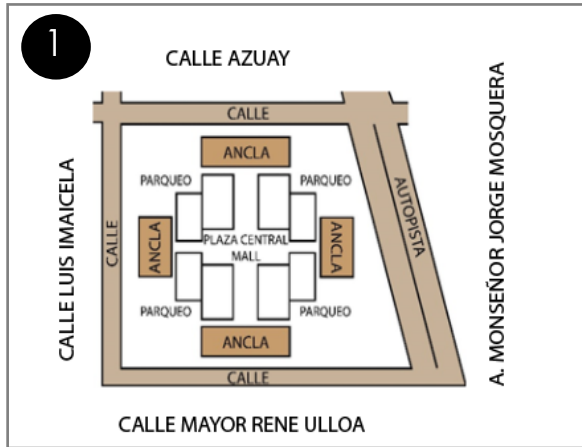
Los bloques que componen la edificación se colocan en función a su contexto inmediato, vientos y asoleamiento, además se vinculan cada uno de ellos a las actividades cercana, sus formas, volados, transparencias y pieles permiten dinamizar y ayudar al correcto funcionamiento del equipamiento.

Mediante sus volados se generar sombras, recibir correctamente los vientos y las luz solar para mantener un clima confortable en cada uno de los bloques. De esta manera, ofrecerá servicios a personas de todas las edades, niños, jóvenes y adultos con la finalidad de que haya una apropiación de los espacios, ofreciendo accesibilidad universal, pudiendo acoger a un promedio de 409 usuarios en sus instalaciones.

El diseño de la edificación deberá convertirse en un atractivo donde se desarrollen múltiples actividades, funcionando de esta manera como espacio público para los usuarios, donde estos puedan disfrutar de las áreas tanto internas como externas aprovechando la topografía del lugar y el clima, potenciando sus espacios mediante el uso de elementos naturales y artificiales como: fuentes de agua artificial y vegetación propia de la zona, haciendo uso correcto de dimensiones y elementos arquitectónicos.

PARTIDO ARQUITECTÓNICO

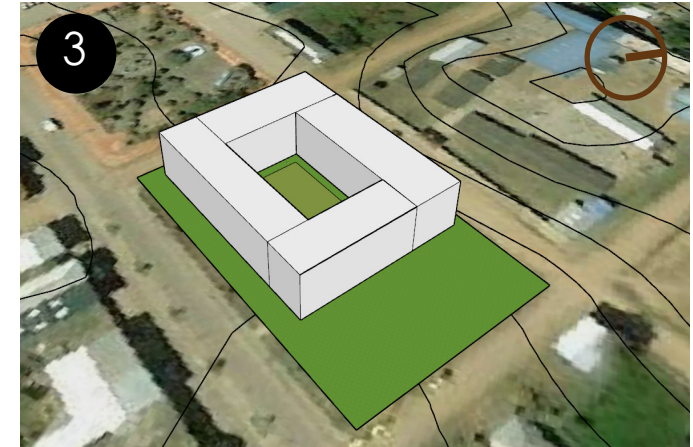
Figura 39. Partido Arquitectónico



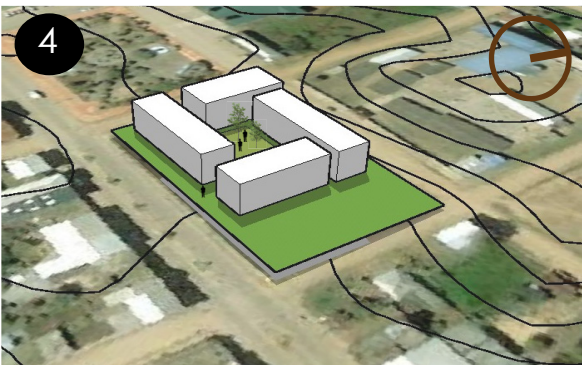
PATRÓN A SEGUIR SEGÚN CARACTERÍSTICAS DEL TERRENO, CONTEXTO, INCIDENCIA SOLAR, VIENTOS, ETC



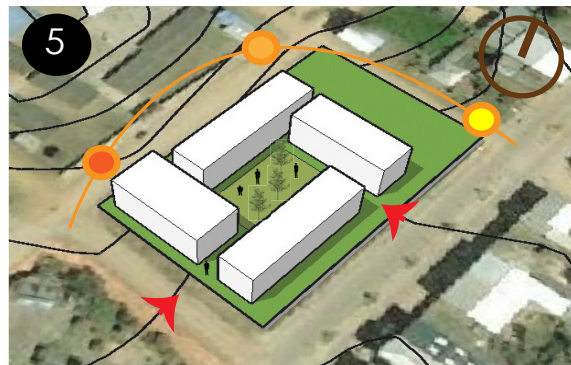
PREDIO A INTERVENIR



CENTRALIDAD MEDIANTE VOLUMETRÍAS ORTOGONALES



FRAGMENTACIÓN DE PRISMAS PARA GENERAR DISTINTAS ZONAS



ASOLEAMIENTO Y ACCESOS PRINCIPALES



SUSTRACCIÓN DE PRISMAS FORMALIDAD

Elaborado por: La Autora

4.3. PROGRAMA ARQUITECTÓNICO

ZONIFICACIÓN

Figura 40. Zonificación de la propuesta

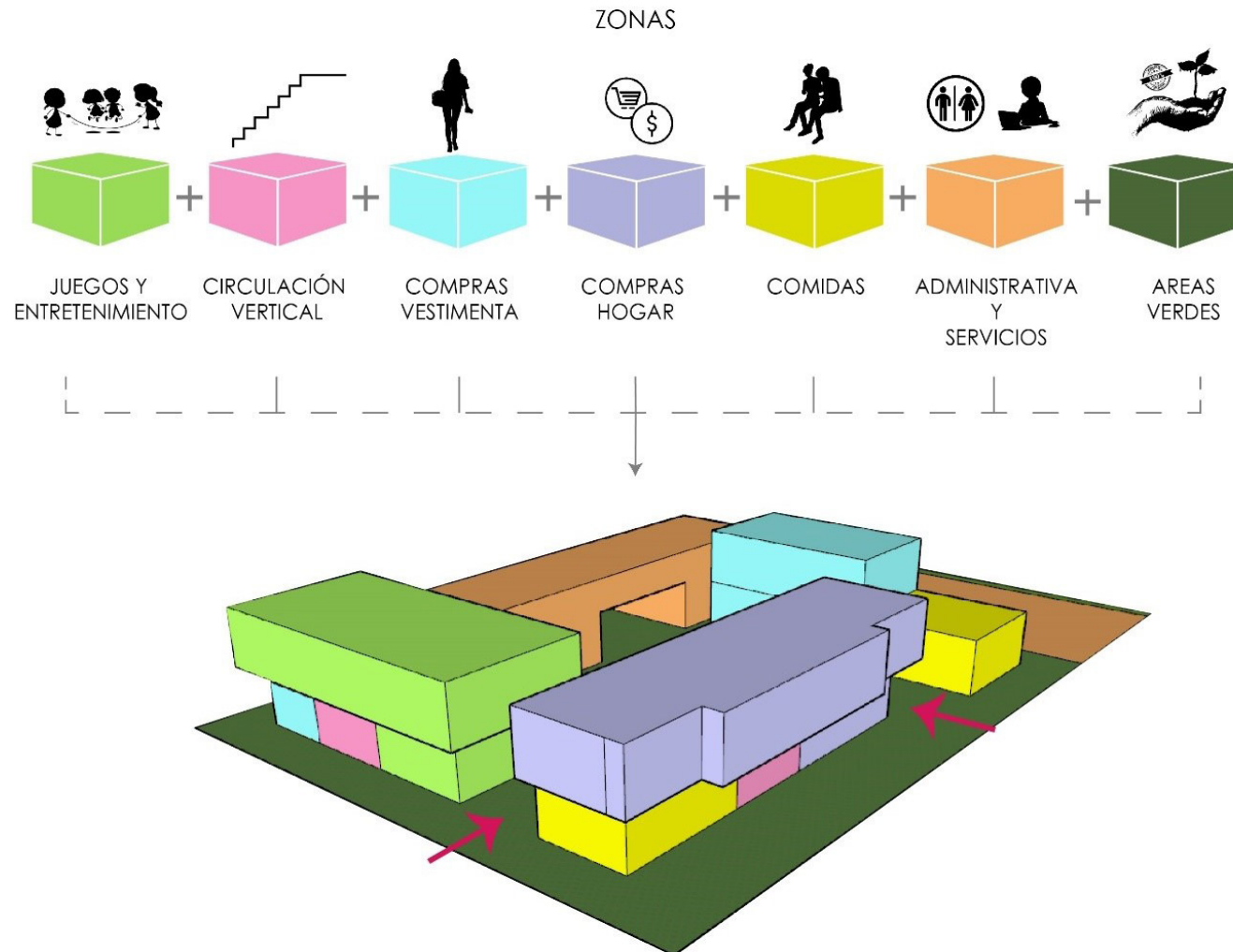


Figura 41. Criterio de Zonificación

CRITERIO DE DISEÑO EN ZONIFICACIÓN Y ÁREAS

Zonas del proyecto

La zonificación del proyecto se lo realiza con base a las actividades existentes en el sector, ya que, al encontrarse en una zona céntrica del cantón está rodeada por equipamientos y áreas importantes como se puede ver en la figura.

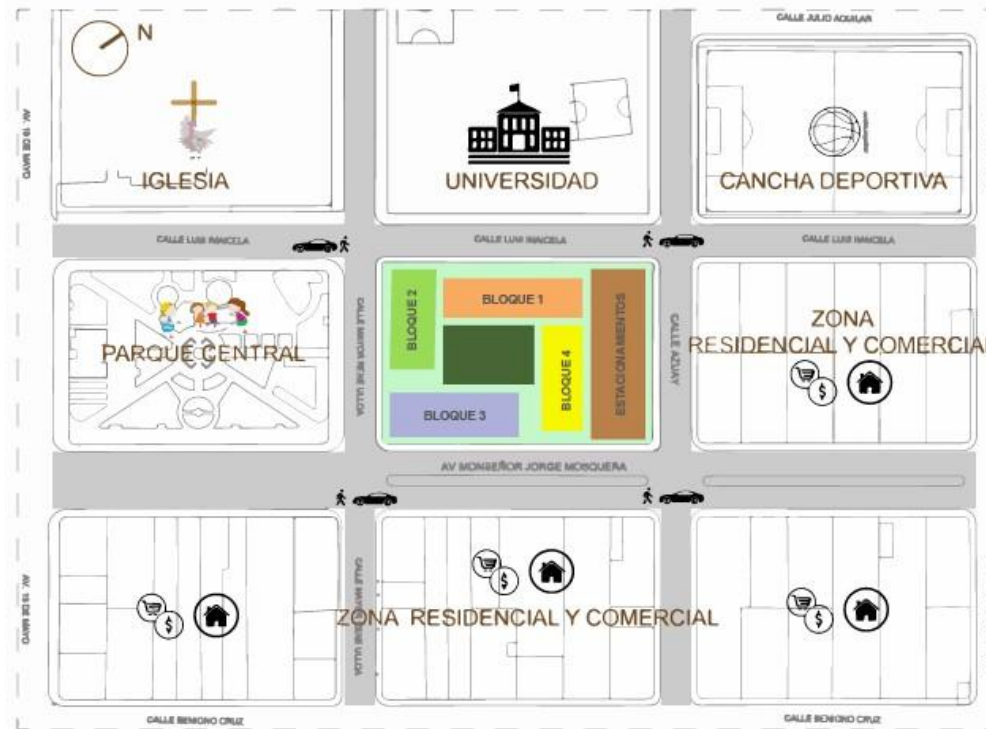
Se distribuyeron los diferentes bloques, respondiendo a las necesidades de la población encontradas en las encuestas aplicadas y contexto inmediato. El bloque 1- zona administrativa se ubica frente a un centro educativo, bloque 2 - zona de juegos y entretenimiento se conecta con el parque central del cantón, bloque 3 - zona de comercio se orienta en a la avenida principal y locales comerciales pequeños existentes, bloque 4 - zona de comidas con vista a edificaciones residenciales paradas y talleres. Lo que se intenta es además responder a los agentes climáticos manteniendo la mejor orientación para el su uso.

Áreas

El equipamiento se compone por 2 niveles a diferentes alturas y 4 fachadas, contando con un área de terreno de 5.134,56 m².

Según el Código de Arquitectura y Urbanismo de Quito 2012, este tipo de equipamiento comercial tiene un radio de influencia de 2.400 m y el área por persona de 0.3 m². Las áreas planteadas han sido colocadas tomando en cuenta la población existente que es de 8.619 habitantes para ello se multiplica la población por los 0.3 m² por habitante, obteniendo un total de 2.585,70 m² de área en función de la población. Por cada 50 m² de área útil de local comercial se coloca medio baño y uno adicional por cada 500 m² de local, para locales menores a 50 m², medio baño para hombre y uno para mujeres por cada 10 locales existentes. Para comercios mayores a 1500 m² el requerimiento mínimo de estacionamientos es de 1 cada 20 m² de AU por y el 5% del lote.

Con todo esto se realiza el calculo de las diferentes áreas a colocarse en el centro comercial obteniendo el siguiente cuadro de áreas:



Elaborado por: La Autora

Tabla 9. Cuadro de áreas

CUADRO DE ÁREAS

PROGRAMA ARQUITECTÓNICO DE UN CENTRO COMERCIAL EN EL CANTON EL PANGUI, PROVINCIA ZAMORA CHINCHIPE												
ZONA	No.	AMBIENTE	ACTIVIDAD	No. USUARIOS	MOBILIARIO Y EQUIPO	ALTURA (m)	ILUMINACION		VENTILACION		AREA M2	
							Natural	Artificial	Natural	Artificial	Unitaria	Total
ZONA ADMINISTRATIVA Y SERVICIOS (BLOQUE 1)	1	Vestibulo	Acceder y distribuir	8	Maceteros y decoraciones	5,95	x		x		51,55	51,55
	1	Administracion	Atender, administrar	3	Escritorio, sillas, computadora, estante.	5,95	x		x		16,82	16,82
	1	Secretaria	Atender, informar	3	escritorio, sillas, computadora, estante.	5,95	x		x		17,63	17,63
	1	Archivo y Finanzas	Controlar y administrar	3	Escritorio, sillas, computadora, estante.	5,95	x		x		16,01	16,01
	1	Bodega de Carga y Descarga	Guardar	5	Productos de abasto	5,95	x		x		58,27	58,27
	1	Cajeros Automaticos	Retirar y depositar	6	Cajeros y basureros	5,95	x		x		16,75	16,75
	1	Bodega de Limpieza	Guardar	2	Armarios	5,95	x		x		10,75	10,75
	1	Sala de espera	Sentarse, descansar.	4	Muebles	5,95	x		x		12,00	12,00
	1	Servicios Sanitarios	Necesidades fisiologicas	7	3 lavabos, 3 inodoros, 1 c/u discapacidad	5,95	x		x		57,28	57,28
	1	Cuarto de Monitoreo	Controlar	4	Computadoras, mesa y sillas.	5,95	x		x		17,23	17,23
	1	Garita de control entrada/salida	Control de ingreso y salida	1	Escritorio, silla, radio de comunicacion.	2,70	x		x		7,68	7,68
	23	Estacionamiento	Circulacion y parqueo	30	Luminarias, basureros y señaletica	Indefinida	x		x		12,5	287,50
	1	Carga y Descarga	Abastecer mercaderia	4	Señaletica	Indefinida	x		x		297,30	297,30

Elaborado por: La Autora

CUADRO DE ÁREAS

ZONA DE JUEGOS Y ENTRETENIMIENTO (BLOQUE 2)	1	Tienda deportiva	Compras	20	Estantes, perchas, caja, vestidores	4,75	x		x		108,83	108,83
	1	Salón de Juegos Infantil	Correr, brincar, jugar	28	Juegos, mesas, sillas.	4,75	x		x		50,77	50,77
	1	Circulacion vertical-Rampa	Caminar, subir, bajar	8	Barandillas y pasamanos	4,75	x		x		106,03	106,03
	1	Jugueteria	Compras	20	Estantes, perchas, caja, vestidores	4,75	x		x		132,15	132,15
	1	Bodega Jugueteria	Almacenar	3	Estantes, perchas, caja, vestidores	4,75	x		x		30,60	30,60
	1	Salón de Juegos en máquinas	Jugar	28	Juegos de máquinas	4,75	x		x		89,50	89,50
	3	Zonas de estar	descansar, esperar	9	Muebles	4,75	x		x		5,67	17,01
ZONA DE COMERCIO (HOGAR- BLOQUE 3)	1	Librería	Compras	4	Estanterías, caja	4,75	x		x		12,72	12,72
	1	Bisutería	Compras	4	Estanterías, caja	4,75	x		x		12,72	12,72
	1	Artículos tecnológicos	Compras	4	Estanterías, caja	4,75	x		x		12,72	12,72
	1	Farmacia	Compras	4	Estanterías, caja	4,75	x		x		12,72	12,72
	1	Stand de venta	Compras	3	Estanterías, caja	4,75	x		x		15,16	15,16
	1	Panaderia	Compras	10	Estanterías, caja	4,75	x		x		46,51	46,51
	1	Heladeria	Compras, platicar	10	Estanterías, caja	4,75	x		x		45,91	45,91
	1	Servicios Sanitarios	Nesecidades fisiologicas	4	Lavabos e inodoros	4,75	x		x		24,83	24,83
	1	Supermercado	Compras	20	Estanterías, caja	4,75	x		x		173,2	173,20
	1	Bodega de supermercado	Compras	3	Estanterías, caja	4,75	x		x		13,02	13,02
	1	Hall	Recibir	4	Estanterías, caja	4,75	x		x		14,85	14,85
1	Tienda Hogar	Compras	20	Estanterías, caja	4,75	x		x		149,06	149,06	
1	Servicios Sanitarios	Nesecidades fisiologicas	4	Lavabos e inodoros	4,75	x		x		24,83	24,83	

Elaborado por: La Autora

CUADRO DE ÁREAS

ZONA DE COMERCIO Y COMIDAS (BLOQUE 4)	6	Galerías Comerciales	Compras	20	Estanterías, caja	4,75	x		x		203,84	203,84	
	1	Patio de comidas	Compras	36	Estanterías, caja, mesas	4,75	x		x		125,44	125,44	
	1	Servicios Sanitarios	Necesidades fisiológicas	4	Lavabos e inodoros	4,75	x		x		24,83	24,83	
	1	Hall	Recibir	4	Estanterías, caja	4,75	x		x		33,60	33,60	
	6	Galerías Comerciales	Compras	20	Estanterías, caja	4,75	x		x		203,84	203,84	
	1	Hall	Recibir	4	Estanterías, caja	4,75	x		x		33,60	33,60	
	1	Balcon	Admirar	4	Estanterías, caja	4,75	x		x		48,82	48,82	
	COMPLEMENTARIAS	1	Patio Central	Compras	15	Mobiliario	indefinido	x		x		551,00	551,00
		1	Áreas Verdes	Recibir	4	Vegetación	indefinido	x		x	
Circulación 30%													
Área Total del terreno												5134,56	

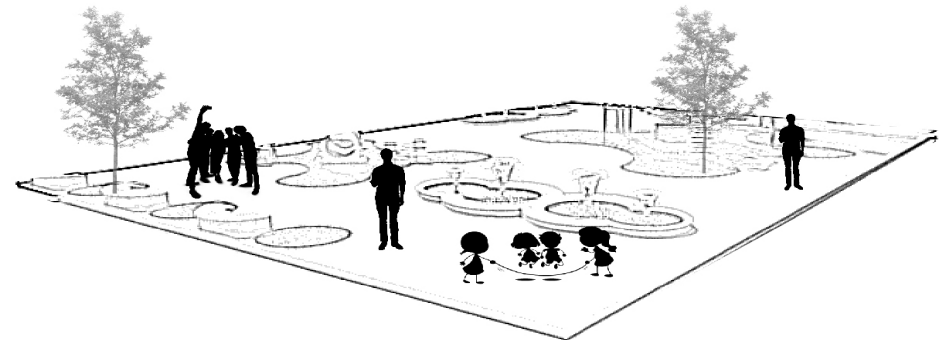
4.4. ESTRATEGIAS DE DISEÑO

Figura 42. Estrategias Funcionales

ESTRATEGIAS FUNCIONALES

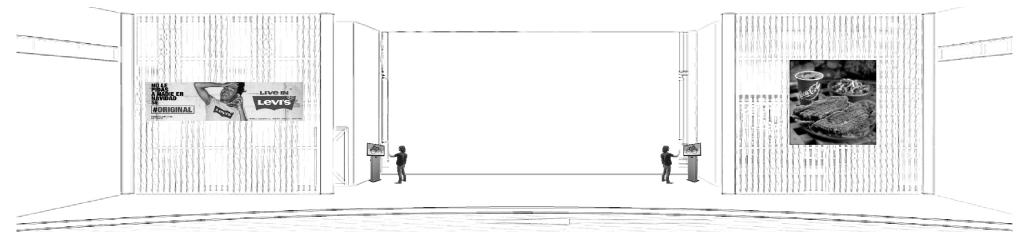
Espacios para socializar

Áreas amplias como: patios de comida, espacios de recreación y descanso. Los mismo que serán accesibles para cualquier usuario.



Nuevas formas de información y comunicación

Uso de pantallas digitales publicitarias colocadas a una distancia prudente, zonas wifi libres para comunicarse fácilmente en cualquier zona de la edificación.



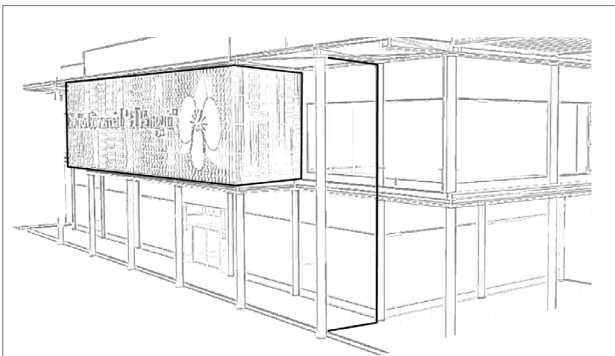
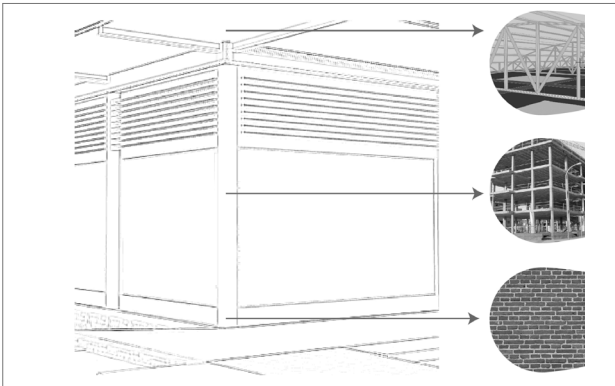
Adecuado diseño ergonómico

La utilización de mobiliario adecuado, dimensiones adecuadas para áreas de circulación y generar los distintos espacios mediante el diseño ergonómico.



Elaborado por: La Autora

Figura 43. Estrategias Formales



Elaborado por: La Autora

ESTRATEGIA FORMAL

Diseñar con sentido de Pertenencia

La volumetría a utilizar está directamente vinculada al entorno donde se emplaza el proyecto, el mismo que, se destaca por tener formas geométricas simples como prismas rectangulares, con edificaciones que van de 1 a 3 pisos.

ESTRATEGIAS ESTRUCTURALES

Utilizar materiales de la localidad

Uso de hormigón en gran porcentaje para pisos, entresijos y revestimientos, para paredes el uso de ladrillo tradicional, y para techos o pérgolas se empleara estructura metálica.

ESTRATEGIAS CLIMATOLÓGICAS

Aprovechar adecuadamente los recursos naturales para el buen diseño, salud y confort de la edificación

Protección frente a la radiación difusa y directa mediante: el uso de voladizos celosía o persianas sin dejar de lado una adecuada ventilación permanente para evitar que la humedad dañe algún elemento de la edificación, uso de retranqueos bien diseñados en las fachadas para mejorar la ventilación de todas las áreas.

Uso de vegetación y fuentes de agua

La vegetación permite controlar y mantener un buen clima aprovechando los vientos, el sol, evaporación del agua del suelo y el impacto de la lluvia sobre la edificación, controlando las variaciones de temperatura. De la misma manera las fuentes de agua sirven para en el control climático ya que el agua tiene un efecto moderador, almacenando la mayoría de radiación incidente y sirviendo como aire acondicionado natural.

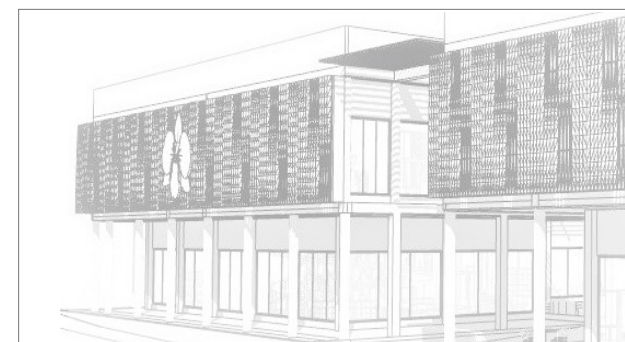
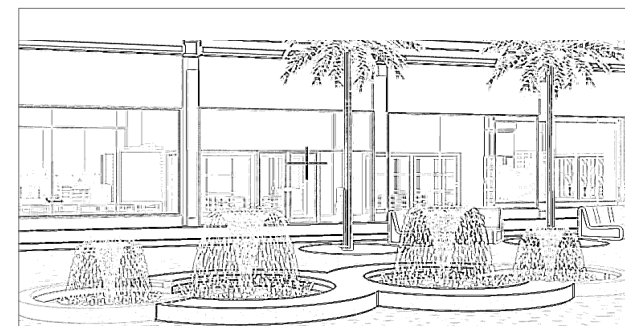
Diseñar espacios a diferentes alturas y dimensiones

Diseñar a diferentes alturas y dimensiones permitirá aprovechar los vientos dominantes del sitio para evitar humedades en las distintas zonas, generando un adecuado comportamiento lumínico y térmico en el centro comercial.

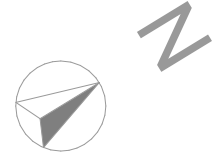
Utilizar colores, texturas y una doble piel

Los colores claros y superficies rugosas en cubiertas y fachadas ayudan ya que estos ayudan a reducir la ganancia de calor entre un 25% a 35%, el uso de una doble piel también es importante debido a que estas reducen el impacto solar, dan claridad a los ambientes y permiten la ventilación natural, ahorrando naturalmente energía.

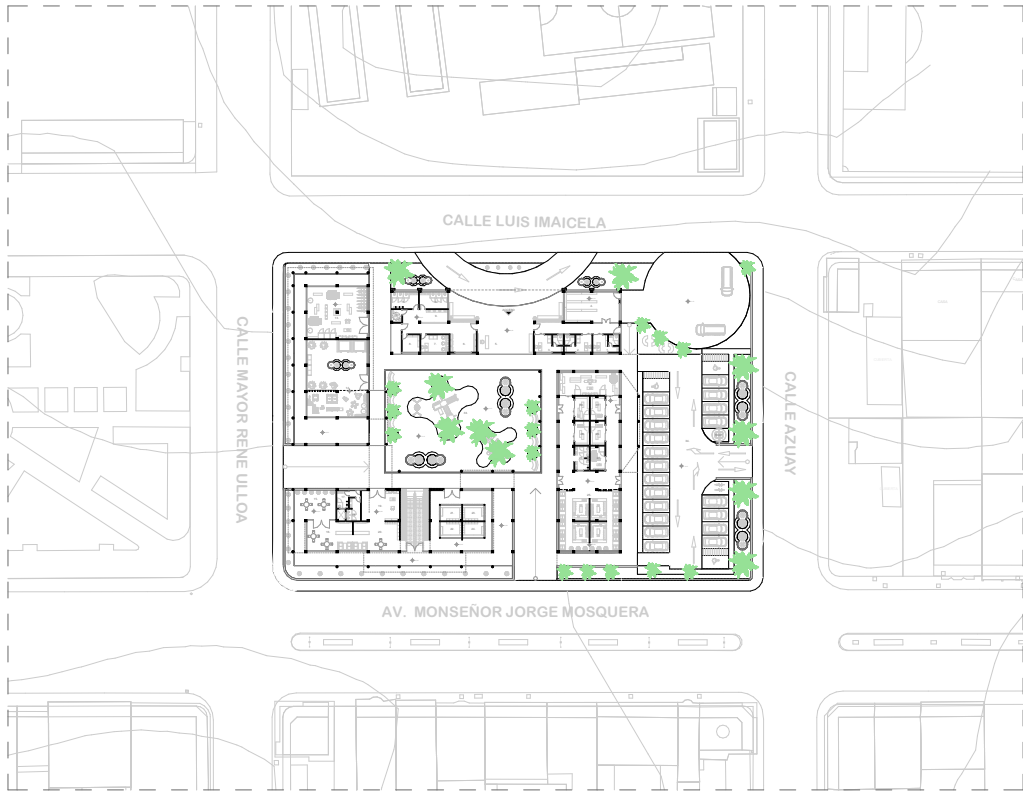
Figura 44. Estrategias Climatológicas



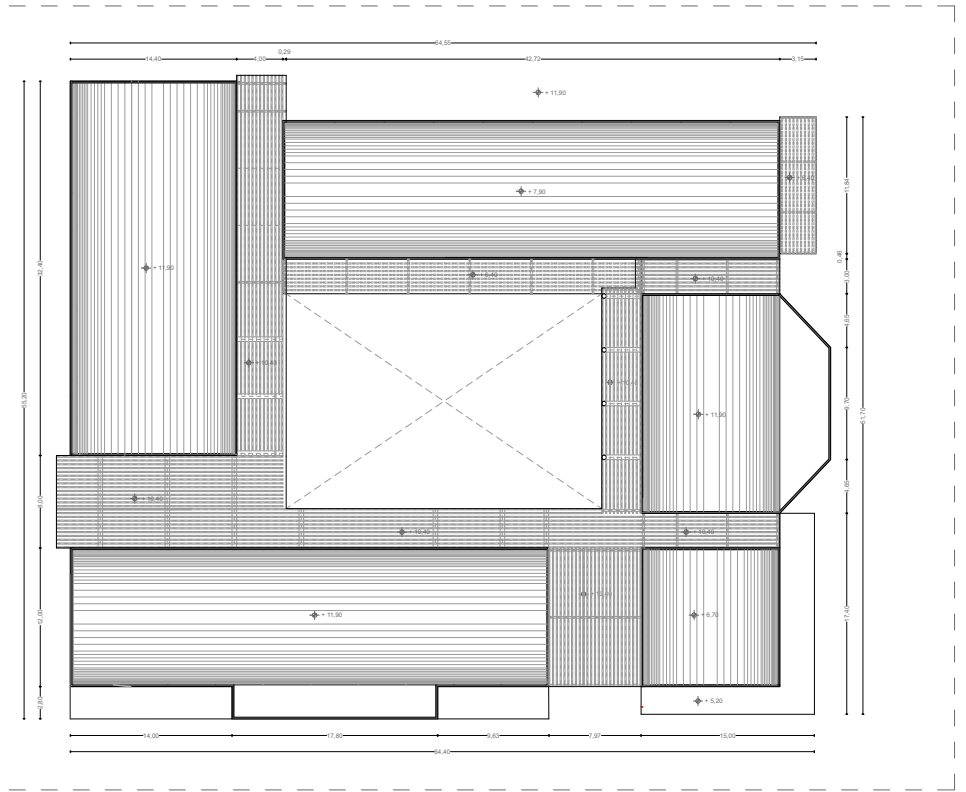
Elaborado por: La Autora



4.5 PLANIMETRÍAS

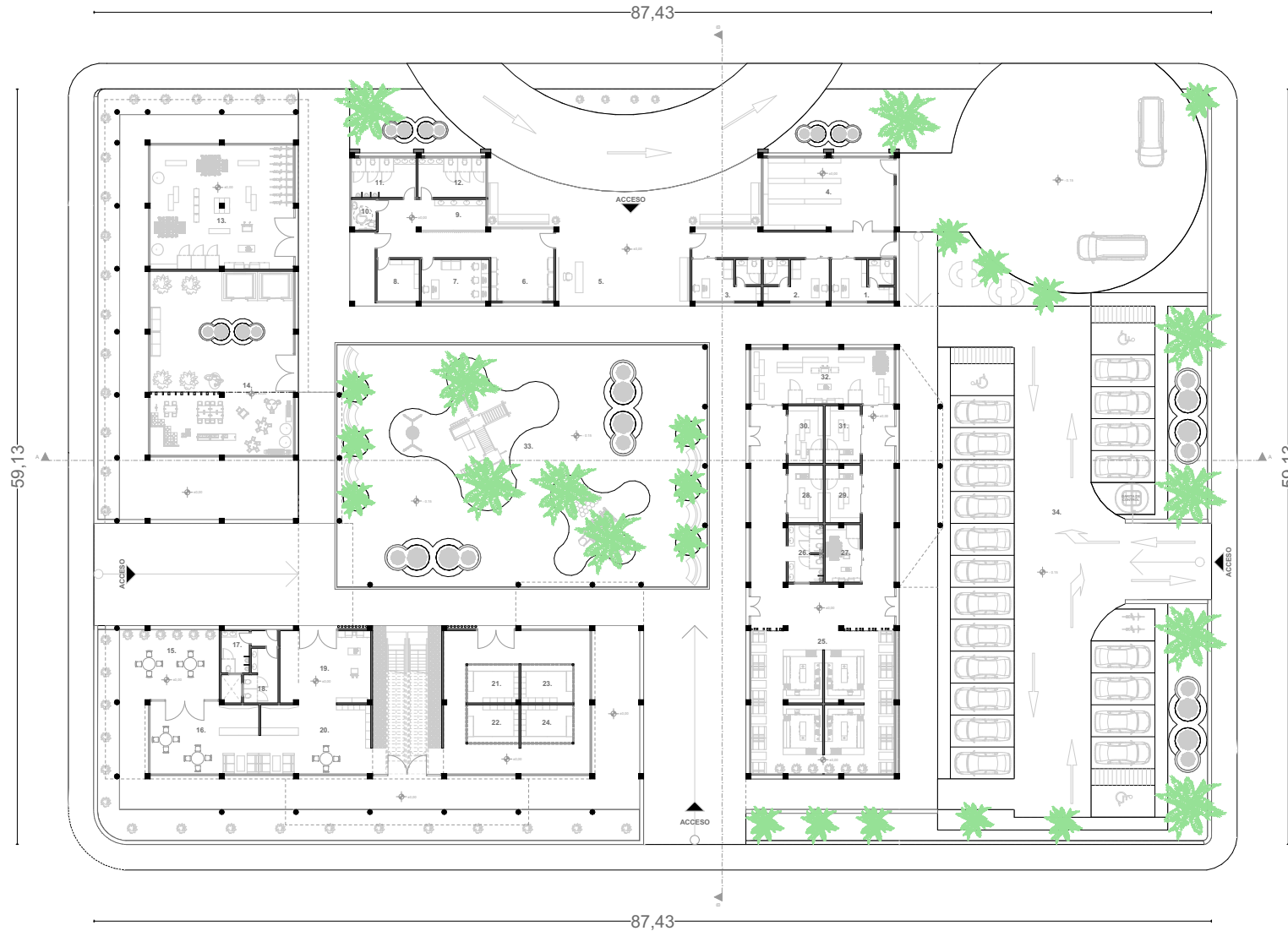
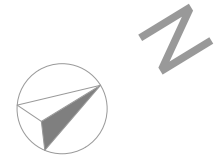


IMPLANTACIÓN



PLANTA DE CUBIERTAS





LEYENDA

ZONA ADMINISTRATIVA Y SERVICIOS

- 1. ARCHIVO Y FINANZAS
- 2. ADMINISTRACION
- 3. SECRETARIA
- 4. BODEGA DE CARGA Y DESCARGA
- 5. INFORMACION
- 6. CAJEROS AUTOMATICOS
- 7. CUARTO DE MONITOREO
- 8. BODEGA DE LIMPIEZA
- 9. ESPACIO DE ASEO PERSONAL
- 10. BAÑO DISCAPACIDAD
- 11. BAÑO HOMBRES
- 12. BAÑO MUJERES

ZONA DE JUEGOS Y ENTRETENIMIENTO

- 13. TIENDA DE ROPA DEPORTIVA
- 14. SALÓN DE JUEGOS INFANTIL

ZONA DE COMERCIO

- 15. COMEDOR EXTERIOR
- 16. HELADERIA
- 17. BAÑO HOMBRES
- 18. BAÑO MUJERES
- 19. STAND DE VENTA
- 20. PANADERIA Y PASTERIA
- 21. LIBRERIA
- 22. ARTICULOS TECNOLOGICOS
- 23. BISUTERIA
- 24. FARMACIA

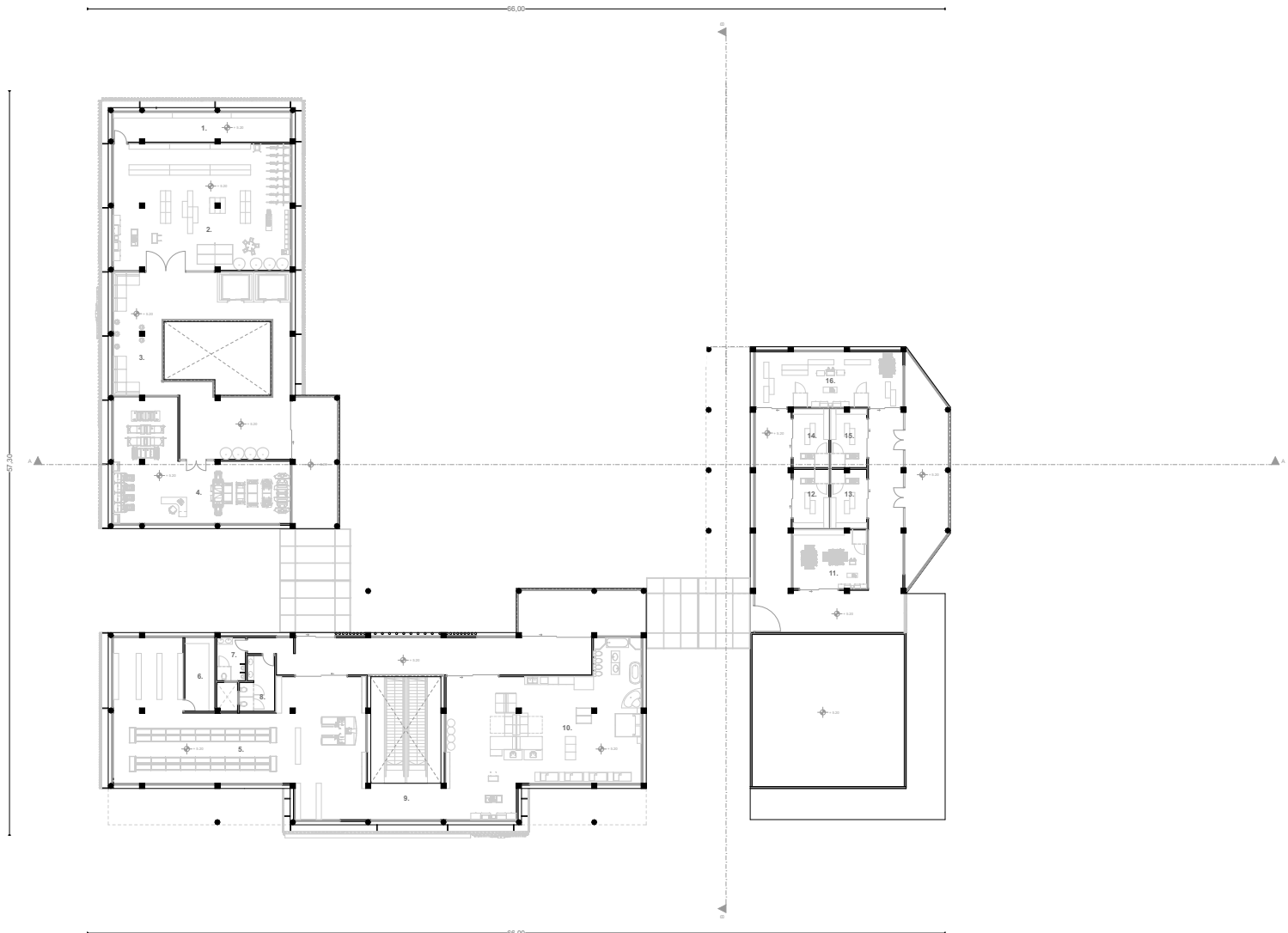
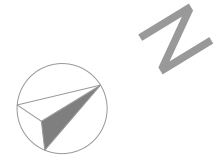
ZONA DE COMERCIO Y COMIDAS

- 25. PATIO DE COMIDAS
- 26. SERVICIOS SANITARIOS
- 27. GALERIA COMERCIAL 1
- 28. GALERIA COMERCIAL 2
- 29. GALERIA COMERCIAL 3
- 30. GALERIA COMERCIAL 4
- 31. GALERIA COMERCIAL 5
- 32. GALERIA COMERCIAL 6

- 33. PATIO CENTRAL
- 34. PARQUEADERO

PLANTA BAJA N+0.00





LEYENDA

ZONA DE JUEGOS Y ENTRETENIMIENTO

- 1. BODEGA DE JUGUETERIA
- 2. JUGUETERIA
- 3. ZONAS DE ESTAR
- 4. SALON DE MAQUINAS DE JUEGOS

ZONA DE COMERCIO

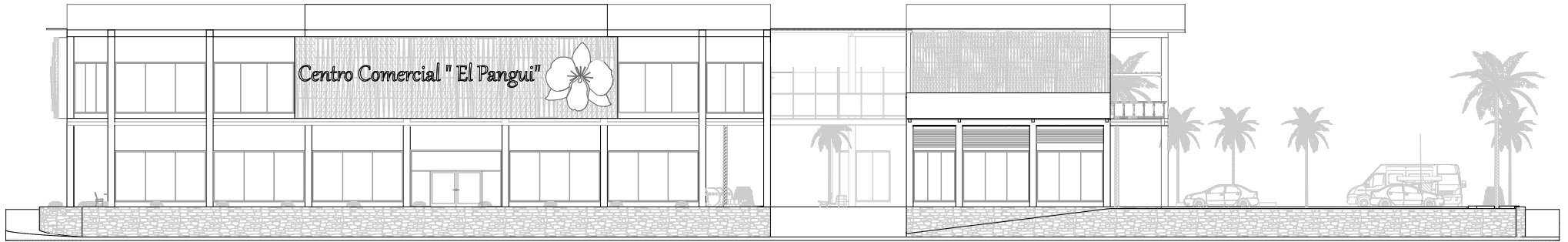
- 5. SUPERMERCADO
- 6. BODEGA DE SUPERMERCADO
- 7. BAÑO DE HOMBRES
- 8. BAÑO DE MUJERES
- 9. HALL DE ACCESO
- 10. TIENDA HOGAR

ZONA DE COMERCIO Y COMIDAS

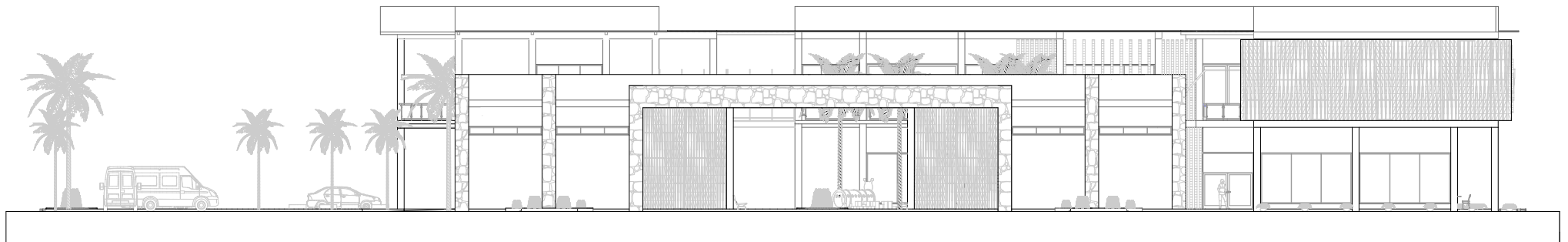
- 11. GALERIA COMERCIAL 1
- 12. GALERIA COMERCIAL 2
- 13. GALERIA COMERCIAL 3
- 14. GALERIA COMERCIAL 4
- 15. GALERIA COMERCIAL 5
- 16. GALERIA COMERCIAL 6

PLANTA ALTA N+5.20





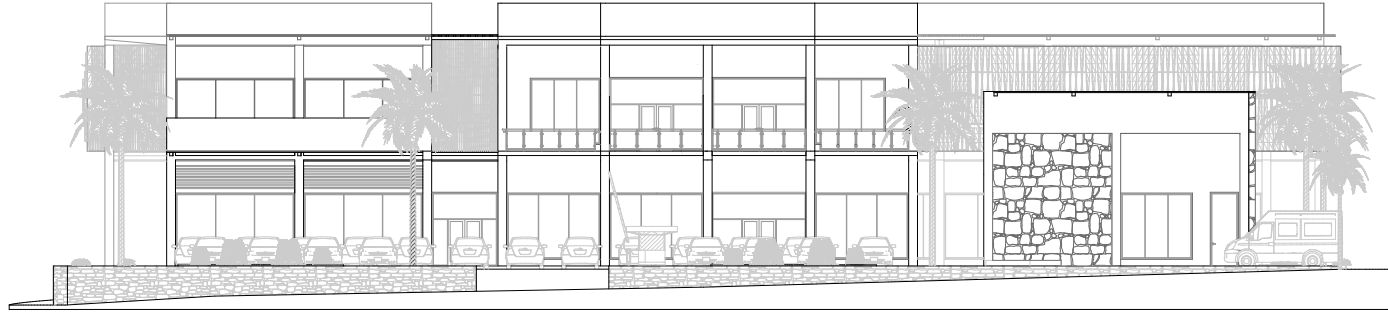
FACHADA FRONTAL



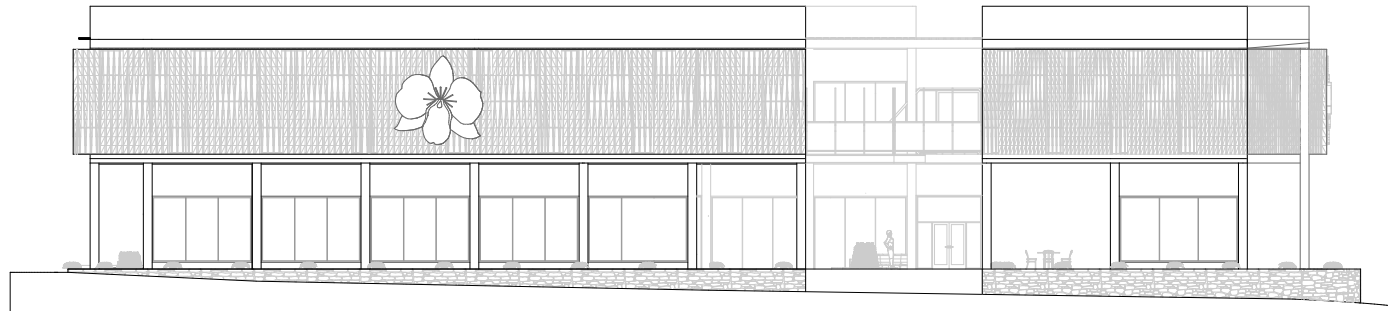
FACHADA POSTERIOR

FACHADAS GENERALES





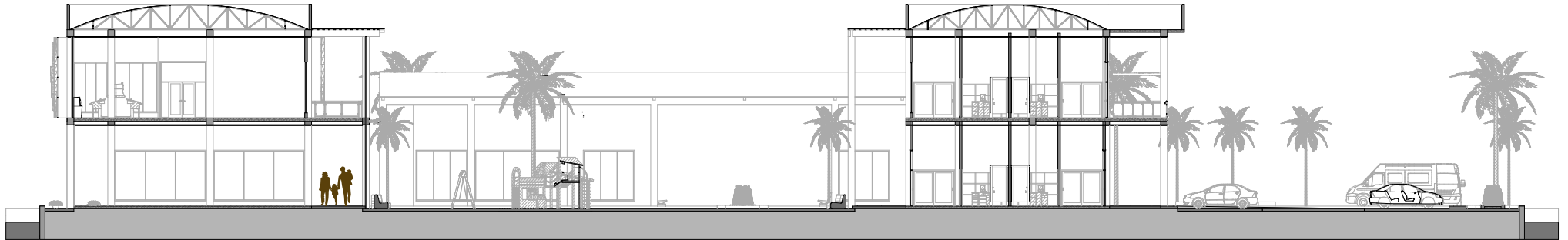
FACHADA LATERAL DERECHA



FACHADA LATERAL IZQUIERDA

FACHADAS GENERALES





CORTE LONGITUDINAL



CORTE TRANSVERSAL

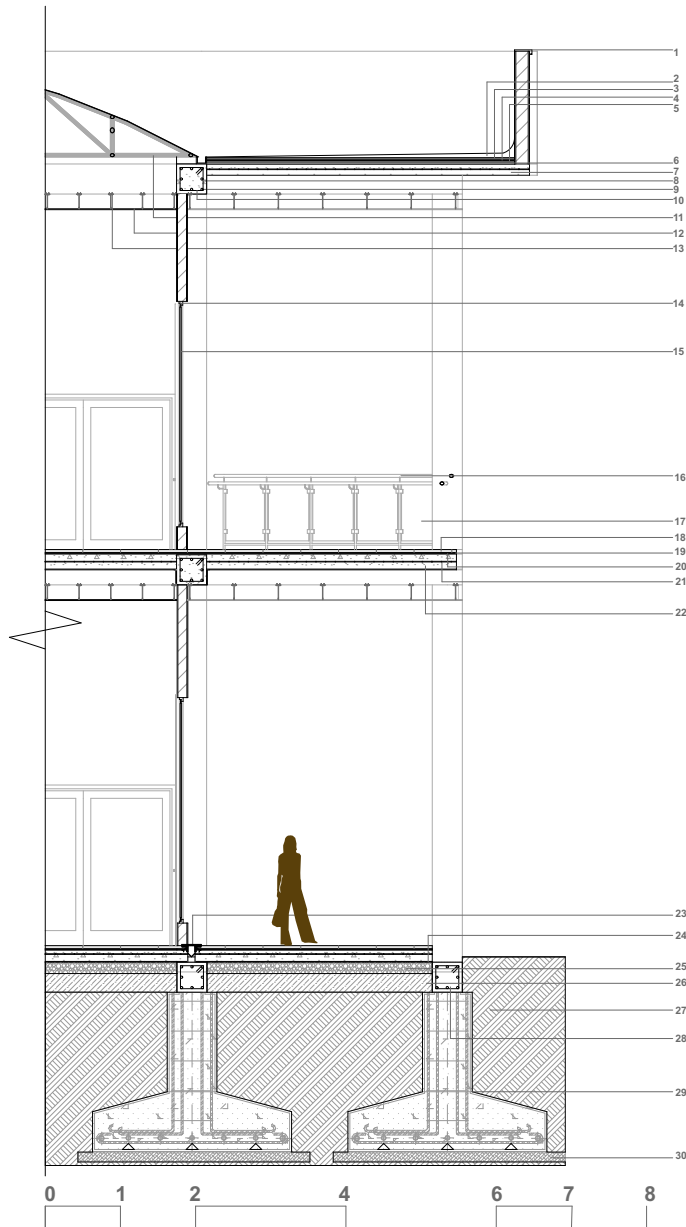
CORTES GENERALES



ESCANTILLÓN - BLOQUE 4

LEYENDA

1. Remate de fachada 15 cm con goterón
2. Membrana asfáltica 2 mm
3. Carpeta aislada 2 mm
4. Contrapio 3 mm
5. Aislante térmico 3mm
6. Barrera de vapor de 2 mm
7. Loseta de Hormigón Armado de 10 cm
8. Viga de Hormigón Armado de 40x40 cm
9. Varillas de hierro de 14 mm
10. Estribos de hierro de 10 mm
11. Cubierta de estructura metálica de tubo redondo dimensiones según cálculos
12. Plancha de Gypsum interiores 12 mm
13. Soporte estandariado para Gypsum
14. Carpintería fija de ventana de aluminio cedal
15. Vidrio transparente 6 mm
16. Baranda de Balcón de acero inoxidable de 1m de alto
17. Baranda con vidrio templado de 12 mm
18. Piso acabado de porcelanato de 60x60 cm
19. Adhesivo cementicio 3 mm
20. Mortero impermeable 2 cm
21. Malla electrosoldada de 150x150 mm
22. Losa de Hormigón Armado 20 cm
23. Junta de piso 5 mm
24. Lámina de polietileno de 3 mm
25. Capa de grava de 15 cm
26. Suelo compactado
27. Suelo natural
28. Cadena de cimentación de 40x40 cm
29. Plinto
30. Replanteo de concreto pobre



4.6 RENDERS

EMPLAZAMIENTO



AV. JORGE MOSQUERA



FOTOMONTAJE CENTRO COMERCIAL Y CONTEXTO



ESTACIONAMIENTOS



ZONA DE COMIDAS



ÁREA DE RECREACIÓN Y DESCANSO INTERNA



ÁREA DE RECREACIÓN Y DESCANSO INTERNA NOCHE

C_{APÍTULO} **5 EPÍLOGO**

5.1 CONCLUSIONES

- El diseño arquitectónico del Centro Comercial se lo realizó con base a un diagnóstico y encuestas aplicadas a la población, como base fundamental para proponer los distintos espacios y formalidad de la edificación, el mismo que, servirá como núcleo de interacción social y desarrollo económico del cantón.
- Las fuentes teóricas analizadas permitieron conocer cada uno de los aspectos importantes a considerar para el desarrollo correcto de la propuesta.
- La investigación de los principales componentes tanto físicos, sociales, económicos y climáticos, ayudaron a definir cada una de los espacios y características que lleva el proyecto, respondiendo a las necesidades encontradas en el diagnóstico con la finalidad de que la propuesta sea factible.
- Se aplicaron estrategias de diseño formales, funcionales, estructurales y climatológicas con la finalidad de orientar de la mejor manera a la edificación y aprovechar adecuadamente la ventilación y asoleamiento del lugar.
- La propuesta arquitectónica se la hizo tomando en cuenta el área del terreno, la pendiente y el contexto inmediato donde se emplazará el equipamiento, se ubicaron estratégicamente los accesos principales y cada uno de los espacios con la finalidad de que estos sean funcionales e integrales para cualquier tipo de usuario, no dejando de lado de lado la parte estética del centro comercial.
- Se generó una propuesta arquitectónica, con una composición volumétrica lineal con una doble piel la cual le protege de la incidencia solar excesiva se crearon retranqueos y bloques a diferentes alturas con la finalidad de dotar a la edificación de jerarquías espaciales.

5.2 RECOMENDACIONES

- Se recomienda a los tesisistas, revisar fuentes teóricas y casos análogos referentes al tema de estudio para ampliar los conocimientos y así poder desarrollar una buena propuesta arquitectónica.
- Es importante que los proyectistas, realicen un buen análisis con respecto al comportamiento económico del lugar de intervención para verificar si la propuesta de diseño es factible y si esta contribuirá a mejorar las condiciones del lugar.
- Se recomienda a los estudiantes de arquitectura, analizar las distintas normativas locales y nacionales, así como las estrategias de diseño para el lugar a intervenir para que las propuestas de diseño sean funcionales, integrales, estéticos y de accesibilidad universal, para que el equipamiento sea utilizado por todo tipo de usuario.
- Se recomienda a los proyectistas o arquitectos, no dejar de lado la opinión ciudadana para la toma de decisiones, respecto a los distintos espacios que se va a implementar en el programa arquitectónico del proyecto que se va a realizar.

5.3 BIBLIOGRAFÍA

LIBROS

- Bazant, J. (1984). *Manual de Criterios de Diseño Urbano*. México: Trillas S.A. de C.
- Gómez, L. A. E. (2008). *Los centros comerciales, espacios postmodernos de ocio y de consumo: un estudio geográfico* (Vol. 56). España: Univ de Castilla-La Mancha.
- Molinillo, S. (2002). *Centros comerciales de área urbana*. Madrid: ESIC Editorial.
- Neufert, E. (2013). *Arte de proyectar en arquitectura*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Plazola Cisneros, A. A. (1999). *Enciclopedia de Arquitectura Plazola* (Vol. 3). México: Plazola Editores y Noriega Editores.

TRABAJOS ACADÉMICOS

- Bautista González, G. M. (2006). Centro Comercial Municipal, Malacatán, San Marcos (Tesis de pregrado). Universidad de San Carlos de Guatemala, Guatemala. Obtenido de http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/02/02_1616.pdf
- Calle Benites, P. J. (2017). Diseño arquitectónico centro comercial tipo mall, potenciador del sector comercio para la provincia de Ilo (Tesis de pregrado). Universidad Nacional “Jorge Basadre Grohmann”, Tacna-Perú. Obtenido de <http://repositorio.unjbg.edu.pe/handle/UNJBG/3164?s-how=full>
- Cervera, F. C. (2015). El centro comercial: una teoría tipológica: claves para el reconocimiento de una arquitectura ignorada (Tesis Doctoral). Universidad Politécnica de Madrid, Madrid. Obtenido de http://oa.upm.es/40336/1/FEDERICO_CARVAJAL_CERVERA.pdf
- Villena Navarro, M. A., & Cangalaya Grande, S. Y. (2018). Centro Comercial y de Entretenimiento en San Juan de Lurigancho (Tesis de pregrado). Universidad Ricardo Palma, Lima-Perú. Obtenido de http://repositorio.urp.edu.pe/bitstream/handle/urp/1097/villena_m.pdf?sequence=1&isAllowed=y

ARTICULOS CIENTÍFICOS Y REVISTAS

- Cano, F. M. (1998). El centro comercial: una “ burbuja de cristal”. *Estudios sobre las culturas contemporáneas*, 4(8), 61-91. Obtenido de http://bvirtual.ucol.mx/descargables/771_el_centro_comercial.pdf
- Cornejo, I. (2006). El centro comercial: un espacio simbólico urbano más allá del lugar común. *Unirevista*, 1, 1-30. Obtenido de <https://www.insu-misos.com/lecturasinsumisas/El%20centro%20comercial%20como%20espacio%20simbolico%20urbano.pdf>

- Franco Calderón, Á. M., & Zabala Corredor, S. K. (2012). *Los equipamientos urbanos como instrumentos para la construcción de ciudad y ciudadanía*. Dearq. Revista de Arquitectura, (11), 10-21. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/3416/341630320003.pdf>
- Molina, I., Puentes, J., & Molina, R. (2013). *Los centros comerciales: el nuevo paradigma de desarrollo y consumo de la sociedad moderna*. Risco Revista De Pesquisa Em Arquitetura E Urbanismo, (17), 35-47. Obtenido de <http://www.revistas.usp.br/risco/article/view/83025/86076>
- Hernández Páramo, C. (2013). *Imagen de los centros comerciales: Su análisis urbano y económico*. Urbano, 16(28), 68-74. Obtenido de <http://revistas.ubiobio.cl/index.php/RU/article/view/731/693>
- Suarez, L. M. (2002). *Tipología y Evolución de los centros comerciales*. Distribución y consumo, 43-60. Obtenido de https://www.mapa.gob.es/ministerio/pags/biblioteca/revistas/pdf_DYC/DYC_2002_66_43_58.pdf
- Ward, E. R. (2005). *El diseño de centros comerciales en América*. RA. Revista de Arquitectura, 7, 71-82. Obtenido de <https://revistas.unav.edu/index.php/revista-de-arquitectura/article/view/25933/21761>

PAGINAS WEB, OTROS.

- Camargo, F. (2016). *El derecho a la ciudad: de Henri Lefebvre a los análisis sobre la ciudad capitalista contemporánea*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/3459/345945922001.pdf>
- INEC. (2011). Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. Obtenido de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/webinec/Bibliotecas/Fasciculos_Censales/Fasc_Cantonaes/Zamora_Chinchi/Fasciculo_El_Pangui.pdf
- Plan de Ordenamiento Territorial del Cantón el Pangui 2014-2019 (PDOT)

INDICE

ESQUEMAS

- Esquema 1. Metodología de Investigación.
- Esquema 2. Tipología de Guy
- Esquema 3. Tipología de Brown
- Esquema 4. Tipología de AECC
- Esquema 5. Tipología de Dawson
- Esquema 6. Metodología del diagnóstico
- Esquema 7. Metodología para la selección del terreno
- Esquema 8. Síntesis del Marco Referencial
- Esquema 9. Metodología para la propuesta de diseño

FIGURAS

- Figura 1. Patrón lineal
- Figura 2. Patrón en “L”
- Figura 3. Patrón en “U”
- Figura 4. Patrón Clúster
- Figura 5. Patrón en “T”
- Figura 6. Patrón Triangular
- Figura 7. Patrón Dumbbell
- Figura 8. Patrón Dumbbell Doble
- Figura 9. Interés consumista y vinculación con el contexto
- Figura 10. Hogar, Amparo, Fidelización
- Figura 11. Control y seguridad en centros comerciales
- Figura 12. Planificación, atracción, legitimidad
- Figura 13. Ubicación geográfica del cantón El Pangui
- Figura 14. Mapa de división política
- Figura 15. Mapa de límites
- Figura 16. Mapa de climas del cantón
- Figura 17. Mapa de inundación del cantón El Pangui
- Figura 18. Vista aérea del cantón El Pangui área urbana
- Figura 19. Población del cantón, año 2001-2010
- Figura 20. Actividades y usos del espacio público Mercado
- Figura 21. Resultados de las encuestas aplicadas a la población del cantón

- Figura 22. Resultados de las encuestas aplicadas a los comerciantes del cantón
- Figura 23. Zonificación Urbana del cantón El Pangui
- Figura 24. Tipología de implantación del cantón
- Figura 25. Alturas de las edificaciones del contexto inmediato del terreno
- Figura 26. Alturas de las edificaciones del cantón El Pangui
- Figura 27. Perfil urbano del contexto inmediato del terreno
- Figura 28. Sistema constructivo predominante
- Figura 29. Conectividad vial del cantón El Pangui
- Figura 30. Ubicación del predio urbano
- Figura 31. Dimensiones y Topografía
- Figura 32. Microclima del terreno
- Figura 33. Estado y uso actual del terreno
- Figura 34. Accesibilidad y servicios
- Figura 35. Equipamientos cercanos al terreno seleccionado
- Figura 36. Centro Comercial “LA ALMAZARA”
- Figura 37. Centro Comercial “ASMAÇATI”
- Figura 38. “CENTRO COMERCIAL Y PLAZA PUBLICA ACAECE”
- Figura 39. Partido Arquitectónico
- Figura 40. Zonificación de la propuesta
- Figura 41. Criterio de Zonificación
- Figura 42. Estrategias Funcionales
- Figura 43. Estrategias Formales
- Figura 44. Estrategias Climatológicas

TABLAS

- Tabla 1. Población del cantón El Pangui por parroquia
- Tabla 2. Tasa de crecimiento poblacional año 2001 al año 2010
- Tabla 3. Sectores de la población activa por rama de actividad
- Tabla 4. Establecimientos económicos existentes en el cantón
- Tabla 5. Variables, potencialidades y problemas del sector socioeconómico
- Tabla 6. Áreas de zonificación urbana del cantón El Pangui
- Tabla 7. Tipo de ocupación del suelo del cantón
- Tabla 8. Equipamiento comercial radio de influencia y abastecimiento
- Tabla 9. Cuadro de áreas

5.4 ANEXOS

Diseño de encuestas aplicadas a la población en general y a los comerciantes del cantón El Pangui.



La presente encuesta va dirigida a la población del cantón El Pangui, con la finalidad de obtener información, que permita aportar al diagnóstico de la tesis que se está desarrollando con el tema: DISEÑO ARQUITECTÓNICO DE UN CENTRO COMERCIAL EN EL CANTÓN EL PANGUI, PROVINCIA ZAMORA CHINCHIPE.

Por favor lea cada pregunta y marque la respuesta de acuerdo a su criterio.

1. ¿Cree usted que es necesario un Centro Comercial en el cantón El Pangui?

Sí

No.....

2. ¿Considera que la ubicación del proyecto Centro Comercial, entre las calles Luis Imaicela entre Azuay y mayor Rene Ulloa (Antiguo centro de salud) es apropiada y accesible para la población?

Sí

No.....

3. ¿Qué es lo primero que toma en cuenta al visitar un Centro Comercial?

- a) Diseño de la edificación y espacios.
- b) Variedad de productos y servicios

4. ¿Qué tipo de servicios le gustaría que tenga el nuevo Centro Comercial?

- | | | |
|------------------------------------|--------------------------|--------------------------|
| a) Ocio y Entrenamiento | g) Estacionamientos | n) Farmacias |
| b) Patio de Comidas y restaurantes | h) Bar | o) Librerías |
| c) Locales comerciales | i) Cine | p) Tiendas de tecnología |
| d) Tiendas de abarrotes | j) Zonas de descanso | q) Supermercados |
| e) Cafeterías | k) Farmacias | r) Todos las anteriores |
| f) Bancos y cajeros | l) Librerías | s) Otros ¿Cuál?..... |
| | m) Tiendas de tecnología | |

5. ¿Cómo considera que debe ser el ambiente del Centro Comerciales?

- a) Atractivo y agradable
- b) Decoración adecuada
- c) Bien iluminado y Ventilado
- d) Innovador
- e) Todos los anteriores
- f) Otros ¿Cuál? .

6. ¿Cómo le gustaría que sean los espacios públicos del Centro Comercial?

- a) Totalmente cerrados
- b) Semi abiertos
- c) Abiertos

7. ¿Usted acudiría a un Centro Comercial para recreación y entretenimiento?

Sí

No.....

8. ¿Le gustaría que el Centro Comercial cuente con espacios exteriores para descanso, espera, puntos de encuentro y áreas de vegetación?

Sí

No.....

9. Considera importante que en el Centro Comercial se adecue un lugar para actividades culturales y recreacionales como: obras de teatro, desfile de modas, exposiciones, conciertos, etc.

Sí

No.....

10. El acceso al Centro Comercial debería ser:

- a) Desde cualquiera de sus fachadas
- b) Desde un único acceso principal
- c) Desde dos lados de sus fachadas

¡Gracias por su colaboración!

La presente encuesta va dirigida a personas quienes tienen comercios o les gustaría adquirir uno en el cantón El Pangui, cuya finalidad es obtener información, que permita aportar al diagnóstico de la tesis que se está desarrollando con el tema: DISEÑO ARQUITECTÓNICO DE UN CENTRO COMERCIAL EN EL CANTÓN EL PANGUI, PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE.

Por favor lea cada pregunta y marque la respuesta que considere de acuerdo a su criterio.

1. ¿Qué tipo de negocio tiene?

- | | | | |
|---------------------------|---------------------------|-------------------------|---------------------|
| a) Restaurante | g) Licorería | m) Electrodomésticos | s) Boutique ropa |
| b) Cafeterías | h) Bar | n) Juguetería | t) Alquiler ropa |
| c) Tienda de verduras | i) Cine | o) Bisutería | u) Venta de zapatos |
| d) Panadería y pastelería | j) Farmacia | p) Ferretería | v) Heladería |
| e) Frutería | k) Librería | q) Variedades | w) Otros |
| f) Tercena | l) Artículos tecnológicos | r) Tiendas de abarrotes | |

2. ¿Le gustaría adquirir un local comercial en el nuevo centro comercial?

Sí

No.....

3. ¿Qué tipo de comercio pondría en el local comercial?

- | | | | |
|---------------------------|---------------------------|-------------------------|---------------------|
| a) Restaurante | g) Licorería | m) Electrodomésticos | s) Boutique ropa |
| b) Cafeterías | h) Bar | n) Juguetería | t) Alquiler ropa |
| c) Tienda de verduras | i) Cine | o) Bisutería | u) Venta de zapatos |
| d) Panadería y pastelería | j) Farmacia | p) Ferretería | v) Heladería |
| e) Frutería | k) Librería | q) Variedades | w) Otros |
| f) Tercena | l) Artículos tecnológicos | r) Tiendas de abarrotes | |

4. ¿Cómo le gustaría que fueran los espacios de los locales comerciales?

- a) Cuadrados
- b) Circulares
- c) Rectangulares
- d) Formas irregulares
- e) Una sola altura
- f) Doble altura

5. Con respecto al tamaño del local, ¿Cómo le gustaría que fuera su local comercial?

- a) Grande
- b) Mediano
- c) Pequeño

6. ¿Considera usted, que el diseño de los locales y del centro comercial es importante para atraer clientela?

Sí

No.....


7. ¿Dónde considera que sería el lugar más idóneo respecto a la ubicación de su local comercial?

- a) Dentro de la edificación
- b) En la parte externa de la edificación

¡Gracias por su colaboración!

ESCRITURAS Y AVALUOS DEL TERRENO OBTENIDOS DEL GAD EL PANGUI

5.000 m²
SIB. SECTOR. EL PANGUI



Testimonio de la Escritura

de DONACION GRATUITA DE UN LOTE DE TERRENO EN EL SECTOR EL PANGUI.

otorgado por EL CENTRO CIVICO DEL PANGUI.

a favor de LA JEFATURA DE SALUD DE ZAMORA CHINCHIPE.

CELEBRADA EN LA CIUDAD DE ZAMORA EL DIA SIETE DE FEBRERO DE 1.975.-

ANTE EL NOTARIO

José Gonzalo Morales Veintimilla

ZAMORA--ECUADOR

PROVIDENCIA No. 472 00002 (02)

PROVIDENCIA DE ADJUDICACION DE **COLONIZACION CON HIPOTECA**

PROVINCIA ZAMORA CHINCHIPE JEFATURA ZONAL ZAMORA
CANTON EL PANGUI PROYECTO:

INSTITUTO ECUATORIANO DE REFORMA AGRARIA Y COLONIZACION.- DIRECCION EJECUTIVA

Quito, 10 de FEBRERO de 1975 11000
ILUSTRE CONCEJO MUNICIPAL DE EL PANGUI VISTOS:

El/los (s) de ciudadanía número (s) ECUATORIANA
nacionalidad (es) CENTRO POBLADO EL PANGUI CALLE SAN ROMAN
y dirección domiciliar es 16-93-02-0114
forme señala (n) el (los) interesado (s), quien (es) ha (n) presentado la solicitud No. 43,20 HAB.
para obtener la adjudicación del lote de terreno 43,20 HAB.
situado en EL PANGUI, cuya superficie es de 43,20 HAB.
CANTON EL PANGUI como CENTRO POBLADO
CANTON EL PANGUI Cantón EL PANGUI Provincia ZAMORA CHINCHIPE
El derecho constituye patrimonio del Instituto Ecuatoriano de Reforma Agraria y Colonización por

inscrita el _____ de _____ de 19____ e inscrita en el Registro de la Propiedad del Cantón _____
el _____ de _____ RESOLUCION DE LA JEFATURA REGIONAL
El predio objeto de esta adjudicación es el que RESUELVE DECLARAR LA AFEGIACION
DEL PANGUI POR LA CAUSAL DE EXTINCION DEL DERECHO DE
DOMINIO PROTOCOLIZADA EL 10 DE JULIO DE 1965 INSCRITA EN EL REGISTRO DE
LA PROPIEDAD DE EL CANTON ZAMORA EL 12 DE AGOSTO DE 1965

Según de los trámites correspondientes, la solicitud del (los) peticionario (s) ha sido aceptada.
Los precios para la adjudicación del predio objeto de esta providencia, son los siguientes:

	HAB	PRECIO UNITARIO	SUPERFICIE	TOTAL
Por tierra, por	HAB	4.500,00	43,20 HAB	194.400,00
Por indemnización, por	S/	13.000,00	x 43,20 HAB	S/ 568.000,00
				S/ 762.400,00
TOTAL				S/ 807.850,00

OCOCIENTOS OCHENTA Y SIETE MIL OCHOCIENTOS CINCUENTA,00/100

La cantidad antes señalada ha sido cancelada al IERAC por el (los) peticionario (s) en su totalidad mediante el depósito en el Banco de Pichincha de la suma de \$ 807.850,00

EDICIÓN DE LA INFORMACIÓN DEL PREDIO URBANO

Atrás

1.0.- Identificación - Ubicación	2.0.- Identificación Legal	3.0.- Gráfica del Predio	4.0.- Características Predio	5.0.- Edificación
6.0.- Infraestructura Especial	7.0.- Información Encuesta	8.0.- Resumen Avalúo		

2.1.- Régimen de Tenencia

Clave Catastral Anterior

190650010248002000

Tiene Escritura

NO

Tipo de Propiedad

1. UNIPROPIEDAD

2.2.- Propietario

Tipo de Propietario

INSTITUCIÓN

2.4.- Instituciones / Asociaciones

R.U.C.

Nombre

1960001190001

GOBIERNO AUTONOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DE EL PANGUI

Representante Legal

Cédula

Nombre Completo

1201267349

PUNIN TELLO CARLOS MESIAS



