



Universidad de Ciencias  
y Artes de América Latina

Carrera Profesional de Arquitectura de Interiores

**Evolución del diseño de interiores en los grandes Centros  
Comerciales de Lima Central Sur en las últimas tres décadas**

Línea de Investigación

**Línea de Variedades Tipológicas: Conocimientos**

Proyecto de Tesis

Presentado por:

**Camila Acevedo Andrade**

**Eva Tueros Garayar**

Asesora: Doraliza Olivera Mendoza

**Mayo 19, 2018**

## **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

### **Descripción de la realidad problemática**

El presente proyecto de investigación titulado “La evolución del diseño de los grandes C.C. de Lima Central Sur en la últimas tres décadas” responde a una problemática que se evidencia a través de una serie de debilidades que repercuten en el diseño de dichos centros. Por ejemplo, la época sería una de nuestras principales debilidades, puesto que las personas de hace tras décadas atrás no pensaban creativamente, ya sean sus conocimientos o los escasos referentes que se podía ver en ese momento.

El conocimiento de nueva tecnología en esa época era muy escaso, no había conocimientos de enchapes, acabados finos, iluminación decorativa y diseño interior en general. Los materiales tampoco eran de gran ayuda, solo se conocían las estructuras comunes, como el cemento y el acero. Tampoco había conocimientos sobre técnicas constructivas.

Sobre los referentes, eran muy pocos los arquitectos extranjeros que venían al Perú a construir, y tampoco había los medios como para conocer las obras de ellos, la única manera de lograr conocer referentes de diseño era viajando a otros países, o consultando libros, pero era muy poca la posibilidad, por no decir nula, de encontrar uno en el que la información sea totalmente dedicada al diseño de interiores.

Por otro lado, existen amenazas que corresponden a un contexto externo inmediato como la normativa de edificación, por motivos evidentes, se obedecía al pie de la letra las normas de construcción, dejando de lado por completo el diseño interior. Por otro lado, tenemos los escasos económica, por ejemplo, en 1990 se estancó el sector comercial debido al terrorismo y las limitaciones tecnológicas, por ende, nadie quería invertir en el Perú.

Esta etapa fue muy dura para el Perú y obviamente para el sector de construcción, ya que el diseño interior no pudo crecer lo suficiente como para ser reconocido y aplicado a nivel nacional. Fue recién en 1997 cuando se reanudó la construcción de Centro Comerciales con el Jockey Plaza o Jockey Shopping Center.

Después de haber analizado las debilidades y amenazas podemos hacer el siguiente pronóstico: Los materiales no ayudaban en la época ya que se colocaban de otra manera o no había muchas facilidades de colocación. La economía en el Perú tampoco era muy buena y se hacían replicas con escasos detalles y materiales poco durables

La materialidad de aquella época era muy pobre, la tecnología que se aplicaba también, por ende, la construcción demoraba más tiempo en finalizar y no se le prestaba atención al diseño interior ni a los acabados de dicha edificación.

La única edificación antes de 1990, el año en el que la construcción se estancó, fue el C.C. Camino Real. La estructura es netamente de concreto armado y solamente posee algunos elementos metálicos, como barandas y escaleras de emergencia.

Posteriormente a este, cuando se retoma la construcción, se empieza a construir en 1997 cuando empieza la construcción del Jockey Plaza, luego Larcomar (1998), Primavera Park Plaza (Real Plaza) (2005), Plaza Lima Sur (2005), Open Plaza (2010), La Rambla (2012). Estos últimos centros comerciales, implementarían el diseño interior como una forma de atraer a las personas, puesto que después de la época del terrorismo ya no se veían este tipo de edificaciones.

Ahora bien, no todo es negativo en esta realidad ya que existen unas disposiciones o fortalezas.

Con el paso del tiempo, la tecnología fue avanzando y la variedad de materiales fue creciendo también el diseño fue cambiado. La rama de materialidad en acabados, ya no se centraba en solamente la estructura, se empezaron a implementar materiales (polímeros, cerámicos y metálicos) que adornaban el interior de las construcciones hechas después de 1997.

La rama del diseño creció inmensamente puesto que se encontró una forma de darle sentido a la arquitectura en general, como el proceso de conceptualización, con este método se busca darle un sentido al proyecto de tal manera que se pueda entender el mensaje que este lugar quiere transmitir, y para esto se utilizan estrategias sensoriales como la vista (perspectiva, forma, trampas visuales), el olfato (el olor que sentimos al entrar a una tienda), el tacto (las texturas), lo que se busca con este tipo de estrategias es llamar la atención del usuario, de tal manera que se cree un tipo de experiencia entre el usuario y el centro comercial.

Así mismo se presentan oportunidades como las influencias extranjeras. Con el crecimiento de la tecnología y el desarrollo de internet, se tiene la posibilidad de conocer obras de arquitectos internacionales, también el se empiezan a comercializar libros que se centran en el diseño interior, y todo esto nace a raíz de que la carrera de arquitectura se divide en ramas (Vivienda, Interiorismo, Comercial, etc.)

Hoy en día, por ejemplo, se trata de cuidar el medio ambiente, así nace la arquitectura sostenible y la tecnología verde, ahora todos podemos observar los famosos jardines verticales, o decoraciones verdes **dentro** de los grandes centros comerciales.

Las fortalezas y oportunidades nos permiten controlar el pronóstico de la problemática, ya que si todo sigue igual en cuanto a materialidad de los centros comerciales en muchos casos se deteriorarían rápidamente debido al cambio que ha sufrido el clima por el calentamiento global. En cuanto a diseño por el incremento de población podría haber algunos problemas de circulación, muy aparte de eso el mercado, marketing y demás ha aumentado por ende los espacios y funcionalidades deben ser pensado en la cantidad de cada una de las necesidades.

Esta investigación es importante porque nos ayuda a identificar el cambio del diseño a lo largo del tiempo. Ya pasado el tiempo se cuenta con más variedad de materiales (incluso hasta el día de hoy) mas diseños y los avances tecnológicos hace que todo sea más fácil y rápido (maquinas, programas inteligentes que ayudan mucho a los arquitectos), hoy en día contamos con programas que nos permiten visualizar el proyecto ya terminado, e incluso renders que permiten la visualización interior del mismo.

## **Formulación de problema**

A continuación, se presentará la formulación de problema:

Problema general:

¿Cómo ha evolucionado el diseño interior en los grandes centros comerciales de Lima centro sur en las últimas tres décadas?

Problemas específicos:

1. ¿Cuáles son las tendencias, materialidades y funciones de los Centros Comerciales de Lima centro sur?
2. ¿En que se basaban las tendencias de diseño para poder realizar una propuesta?

## **Objetivos de la Investigación**

### **objetivo general:**

Identificar la evolución del diseño interior en los grandes centros comerciales de Lima Centro Sur.

### **objetivos específicos:**

Se analizarán las tendencias destacadas a partir de los años 80's y como han ido evolucionando. Así mismo la materialidad será analizada de la misma forma

### **Justificación**

Los centros comerciales de Lima han tenido muchas bajas y altas en cuanto a diseño y espacios a lo largo de estas últimas tres décadas,

Esta investigación está hecha con un fin social, la idea es que las personas conozcan la evolución del diseño interior en los grandes centros comerciales de Lima Centro Sur y vean cómo ha cambiado desde

## **Limitaciones**

Analizaremos el diseño de los centros comerciales como Larcomar, Real Plaza, Plaza Lima Sur y el Jockey Plaza y evaluaremos los problemas tanto en la forma, función, materialidad y rasgos similares.

## **Viabilidad**

A pesar de contar con escasa información, el material que se tiene en su mayoría son relacionados al tema y hablan exactamente de momentos críticos en la evolución del diseño interior en los centros comerciales de Lima Perú.

## Marco Metodológico

### Diseño de la investigación:

Esta investigación es de tipo básica, de naturaleza relativa y correlacional, ya que inicialmente se han descrito y caracterizado la dinámica de cada una de las variables estudiadas. Se medirá el grado de relación entre las variables, tendencia – diseño / diseño – materialidad/ materialidad – tendencia.

Según su finalidad esta investigación es básica puesto que *“La investigación básica o pura tiene como finalidad la obtención y recopilación de información para ir construyendo una base de conocimiento que se va agregando a la información previa existente”* - (UCSS, Facultad de Ingeniería, S.F).

### El diseño de la Investigación:

Es de tipo no experimental correlacional – transversal ya que no se manipuló ni se sometió a prueba las categorías de estudio.

Es no experimental porque *“Se realiza sin manipular deliberadamente variables. Se basa fundamentalmente en la observación de fenómenos tal y como se dan en su contexto natural para analizarlos con posterioridad”* – Hernández (2004)

Es longitudinal, ya que *“Se emplea cuando el interés del investigador es analizar cambios a través del tiempo en determinadas variables o en las relaciones entre estas”* – Hernández (2004)

### Hipótesis o Supuestos:

Esta investigación supone, una transformación en el diseño interior de los centros comerciales en el transcurrir del tiempo, para ser más exactos, en las últimas tres décadas.

### Operacionalización de variables.

#### Variable

Se presentan categorías en base a las materialidades y tendencias que poseían los centros comerciales desde la década de los 80's

## **Definición operacional.**

Las categorías de esta investigación, tanto la materialidad como las tendencias del diseño, son del género cualitativo.

## **Indicadores**

- **Indicadores de tendencias en el diseño de interior**

En los años 80

Centros comerciales planos y rectangulares

En los años 90

Estilo minimalista, colores neutros

En los años 2000

Colores llamativos y tecnología

- **Indicadores de materialidad en el diseño de interior**

En los años 80

Los muros era de concreto armado y ls cerramientos eran de cristal

En los 90

Mayor iluminación, mejores acabados

En los 2000

Acceso a varias tiendas desde un solo punto, mejora de circulación y áreas de descanso.

## **POBLACIÓN Y MUESTRA**

La población de esta investigación está conformada por los Centros Comerciales de Lima Centro Sur, serán mencionados a continuación:

- Centro Comercial Larcomar – Distrito de Miraflores
- Centro Comercial Caminos del Inca – Distrito de Santiago de Surco
- Jockey Plaza – Distrito de Santiago de Surco
- La Rambla – Distrito de San Borja
- Plaza Lima Sur – Distrito de Chorrillos

### **Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

Hemos recurrido a dos tipos de instrumentos para la recolección de nuestros datos. Técnicas de observación (Ficha de Observación), para poder detallar que era lo que se observaba en los centros comerciales en cada década, y poder identificar algún tipo de cambio, ya sea bueno o malo, y Recopilación documental (Ficha y Registro), hemos reunido información a través de tesis y reseñas escritas en internet por arquitectos y diseñadores de interiores.

### **Descripción de los instrumentos.**

De acuerdo a los instrumentos que hemos elegido para esta investigación, se nos facilitará lo siguiente:

- Ficha de observación, permite un registro del entorno que se desea estudiar, detalles como materialidades, estilos, conceptos, etc.
- Recopilación Documental, nos permitió conocer acerca de los puntos de vista de los mismos arquitectos o diseñadores a través de artículos de internet

### **Validación de instrumentos por expertos.**

Nuestros instrumentos de estudios se evaluarán por especialistas calificados, que nos darán la validación como así mismo la negación de estos.

Tanto las fichas de observación, como la recopilación documental, serán validadas por un experto en diseño de interiores o un arquitecto.