

REPOTENCIACIÓN DEL CENTRO COMERCIAL

LOS COBRES DE VITACURA

MEDIANTE LA RECONVERSIÓN DE SUS ESPACIOS PÚBLICOS

PROYECTO DE TÍTULO

Universidad Finis Terrae
Facultad de Arquitectura y Diseño

Diego Rodríguez Correa
Julio de 2013

_ÍNDICE

CAPÍTULO 01

CENTROS COMERCIALES EN SANTIAGO.....	[05]
01_ Centros Comerciales de mayor relevancia en Santiago.....	[06]
02_ Centros Comerciales por escala de intervención.....	[07]
03_ Desarrollo histórico y tipológico de los Centros Comerciales.....	[08]
04_ Proyección del equipamiento comercial en Santiago.....	[09]

CAPÍTULO 02

CENTROS COMERCIALES EN LA COMUNA DE VITACURA.....	[11]
01_ Indicadores de la Comuna de Vitacura.....	[12]
02_ Ubicación y tipologías de los Centros Comerciales en la Comuna de Vitacura.....	[13]
03_.....	

CAPÍTULO 03

LOS COBRES DE VITACURA.....	[17]
01_ Aparición de los Cobres de Vitacura.....	[18]
02_ Contexto histórico.....	[20]
03_ Levantamiento fotográfico del contexto inmediato.....	[21]
04_ Configuración actual del Centro Comercial.....	[22]
05_ Levantamiento fotográfico: Mixtura de rubros.....	[23]
06_ Diagramación programática por planta.....	[24]
07_ Contexto programático.....	[25]
08_ Variación del programa en la plaza central.....	[26]
09_ Mapeo de actividad social según rangos de horario.....	[27]
10_ Encuesta a locatarios y consumidores.....	[28]
11_ Levantamiento planimétrico.....	[29]

CAPÍTULO 04

COMPONENTES DE INTERVENCIÓN.....	[35]
01_ Planos Reguladores y Normativos.....	[36]
02_ Componentes Arquitectónicos.....	[38]

CAPÍTULO 05

ESTRATEGIA DE INTERVENCIÓN.....	[43]
01_ Análisis de intervención.....	[44]
02_ Posibilidades de gestión.....	[45]
03_ Referentes programáticos.....	[46]
04_ Niveles de Intervención.....	[48]

CAPÍTULO 06

PRESENTACIÓN DEL PROGRAMA.....	[55]
01_ Organización de nueva programación.....	[56]
02_ Relaciones programáticas.....	[57]
03_ Imagen objetivo.....	[59]

CAPÍTULO 07

ESTRUCTURA.....	[61]
-----------------	--------

CAPÍTULO 08

PLANIMETRÍAS.....	[67]
-------------------	--------

CAPÍTULO 09

VISUALIZACIÓN DEL PROYECTO.....	[79]
---------------------------------	--------

CAPÍTULO 01

**CENTROS COMERCIALES
EN SANTIAGO.**

01 CENTROS COMERCIALES DE MAYOR RELEVANCIA EN SANTIAGO.

CENTROS COMERCIALES

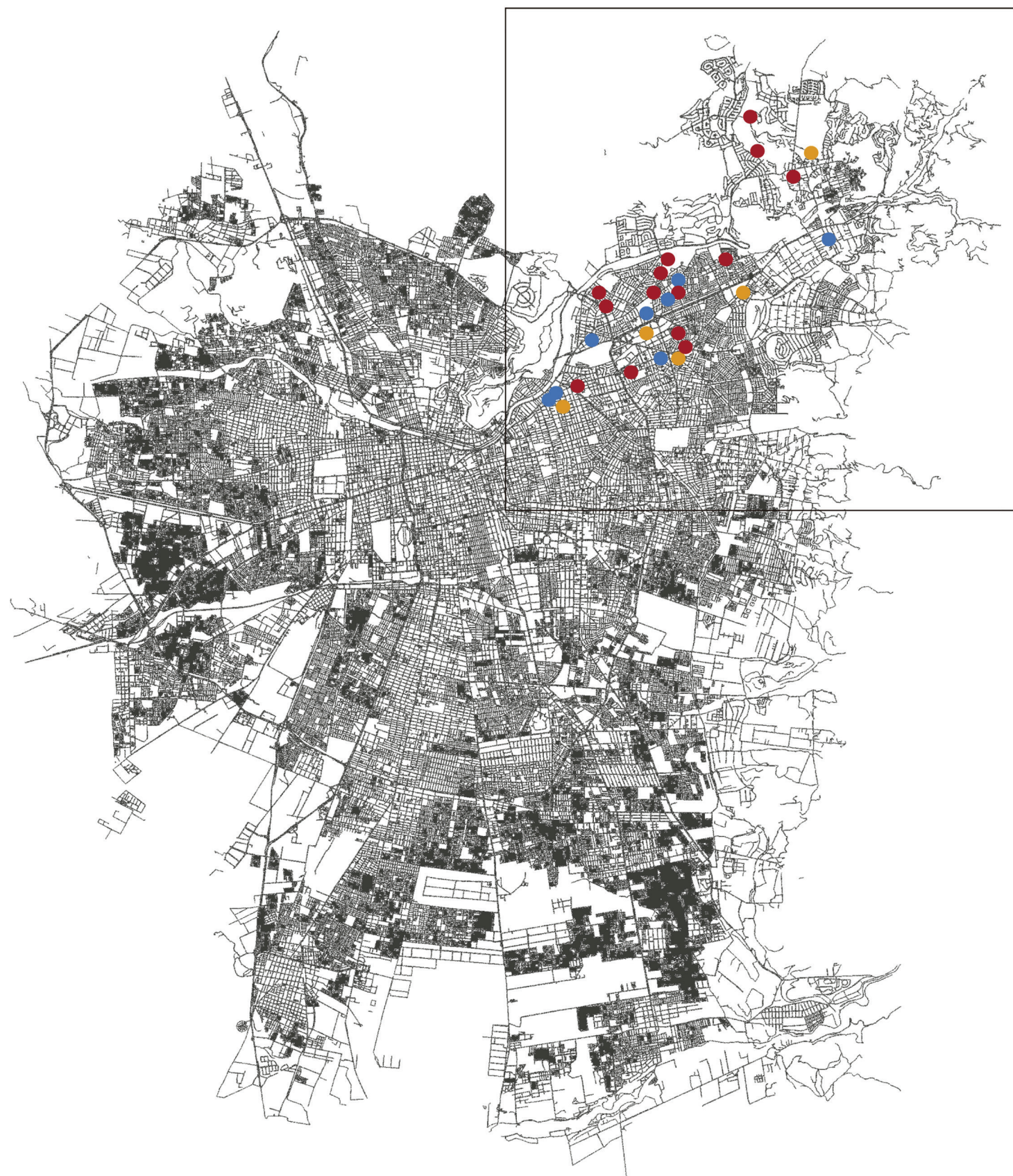
ANTE LA LLEGADA DEL MALL

Con la aparición de los Mall y Stripcenter, los centros comerciales de barrio que se habían desarrollado anteriormente en Santiago, comienzan un lento proceso de obsolescencia. La consecuencia de esto se debe a que estos nuevos conceptos de comercio ofrecen más y mejores servicios, abarcando la demanda de consumo en diferentes escalas.

Vitacura, Providencia y Las Condes son las primeras comunas en albergar manifestaciones de arquitectura destinadas exclusivamente al comercio, y además donde se concentran la mayor cantidad de centros comerciales, Stripcenters y Malls en Santiago.

- 1970: Drugstore (Providencia)
- 1970: Drugstore (Providencia)
- 1976: Dos Caracoles (Providencia)
- 1972: La Portada de Vitacura (Vitacura)
- 1977: Los Cobres de Vitacura (Vitacura)
- 1978: El pueblo del Inglés (Vitacura)
- 1980: Centro comercial Lo Castillo (Vitacura)
- 1981: Centro Comercial EVE (Vitacura)
- 1981: Centro Comercial Apumanque (Las Condes)
- 1982: Mall Parque Arauco (Las Condes)
- 1985: Mall Panorámico (Providencia)
- 1990: Mall Plaza Vespucio (La Florida)
- 1991: Shopping de La Dehesa (Lo Barnechea)
- 1993: Mall Alto las Condes (Las Condes)
- 1993: Shopping Las Palmas (La Florida)
- 2003: Portal La Dehesa (Lo Barnechea)
- 2004: Mall Sport (Lo Barnechea)
- 2005: Boulevard Parque Arauco (Las Condes)
- 2012: Costanera Center (Providencia)

- Malls Regionales
- Centros Comerciales Pre-Mall
- Stripcenters



02_CENTROS COMERCIALES POR ESCALA DE INTERVENCIÓN.

MALL REGIONAL

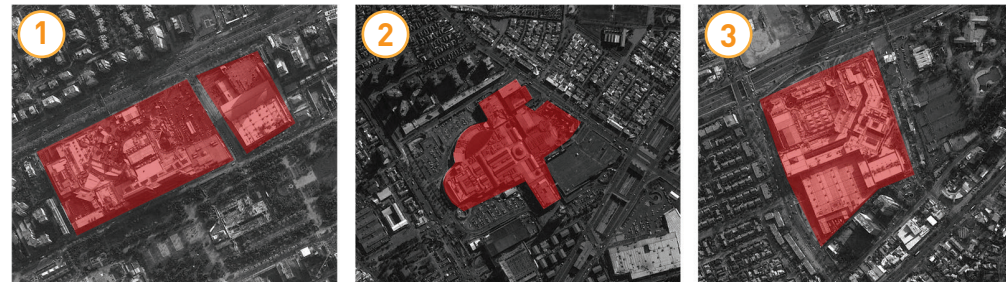
El mall ofrece todos los servicios que antes ofrecían los centros comerciales de barrio.

CENTRO COMERCIAL DE BARRIO

El mercado que logró cubrir el centro comercial de barrio luego de la llegada del mall fue arrebatado por los Strip Center que abarcaron la demanda de consumo a escala barrio.

STRIP CENTER

Cubren el mercado a escala regional y a escala de barrio.



MALLS REGIONALES (MACRO ESCALA)

- ① Parque Arauco
- ② Mall Plaza Vespucio
- ③ Alto Las Condes
- ④ Portal La Dehesa
- ⑤ Mall Costanera Center

CENTROS COMERCIALES COMUNALES (ESCALA INTERMEDIA)

- ① Apumanque
- ② Shopping Los Cobres
- ③ Cantagallo
- ④ Shopping La Dehesa
- ⑤ Pueblo Del Inglés
- ⑥ Lo Castillo
- ⑦ Dos Caracoles y Drugstore

STRIP CENTERS (MICRO ESCALA)

- ① Strip Center Pío Nono
- ② Strip Center Luis Carrera

03 DESARROLLO HISTÓRICO Y TIPOLOGICO DE LOS CENTROS COMERCIALES.

CENTROS COMERCIALES ANTES DEL MALL (1960 - 1980)

LLEGADA DEL MALL A CHILE (1980 - 1990)

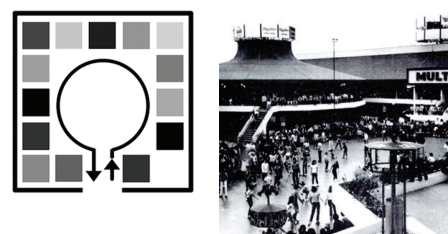
EVOLUCIÓN DEL MALL Y APARICIÓN DEL STRIP CENTER (1990 - 2013)



PÓRTICO
El Modelo de pórticos está compuesto por locales atravesados por una circulación a modo de galería comercial.



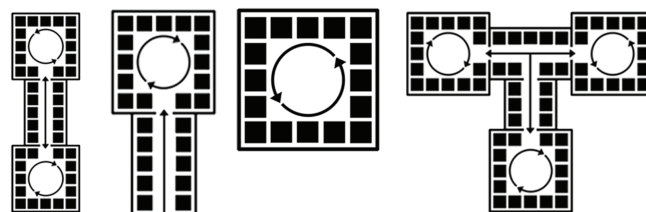
CARACOL
Este modelo se compone por locales unidos a través de un recorrido helicoidal al interior de un edificio cerrado.



PATIO
Los locales comerciales están agrupados de manera tal de encerrar un espacio común, interior, a modo de patio.



CARACOL-PÓRTICO
Es igual al modelo de caracol, sólo que en el exterior se le agrega un pórtico detiendas que abre el edificio hacia el exterior.



MODELO AMERICANO (BIG BOXES)

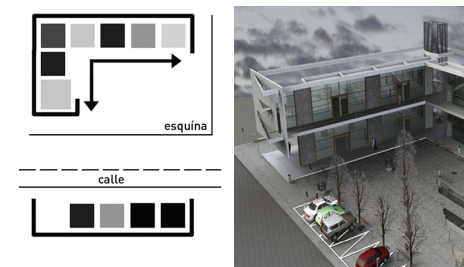
Cerrado al exterior funciona con "tinas ancla" complementando las tiendas por local.

A diferencia de los modelos anteriores, el modelo americano se caracteriza por tener nun solo propietario o inmobiliaria que arrienda los locales.

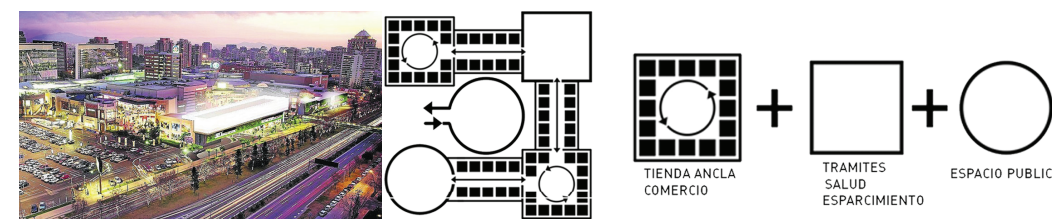


El Parque Arauco fue el primer centro comercial en Chile en seguir el modelo americano.

- Cambió el modelo de gestión existente hasta la fecha, al tener un sólo propietario.
- Fue el primero en apuntar comercialmente a más de una comuna (mall regional)
- El Mall se convirtió en un lugar donde comprar todo lo necesario, en una parada.



STRIP CENTER
Es el formato más reciente de centros comerciales de barrio. Se conforma, principalmente en esquinas, en forma de "L" o como una franja paralela a la calle, dejando en su fachada los estacionamientos. Su escala es pequeña y apunta al comercio de barrio. Principalmente tienen una tienda ancla que ofrece servicios y productos básicos, como farmacias y minimarket.



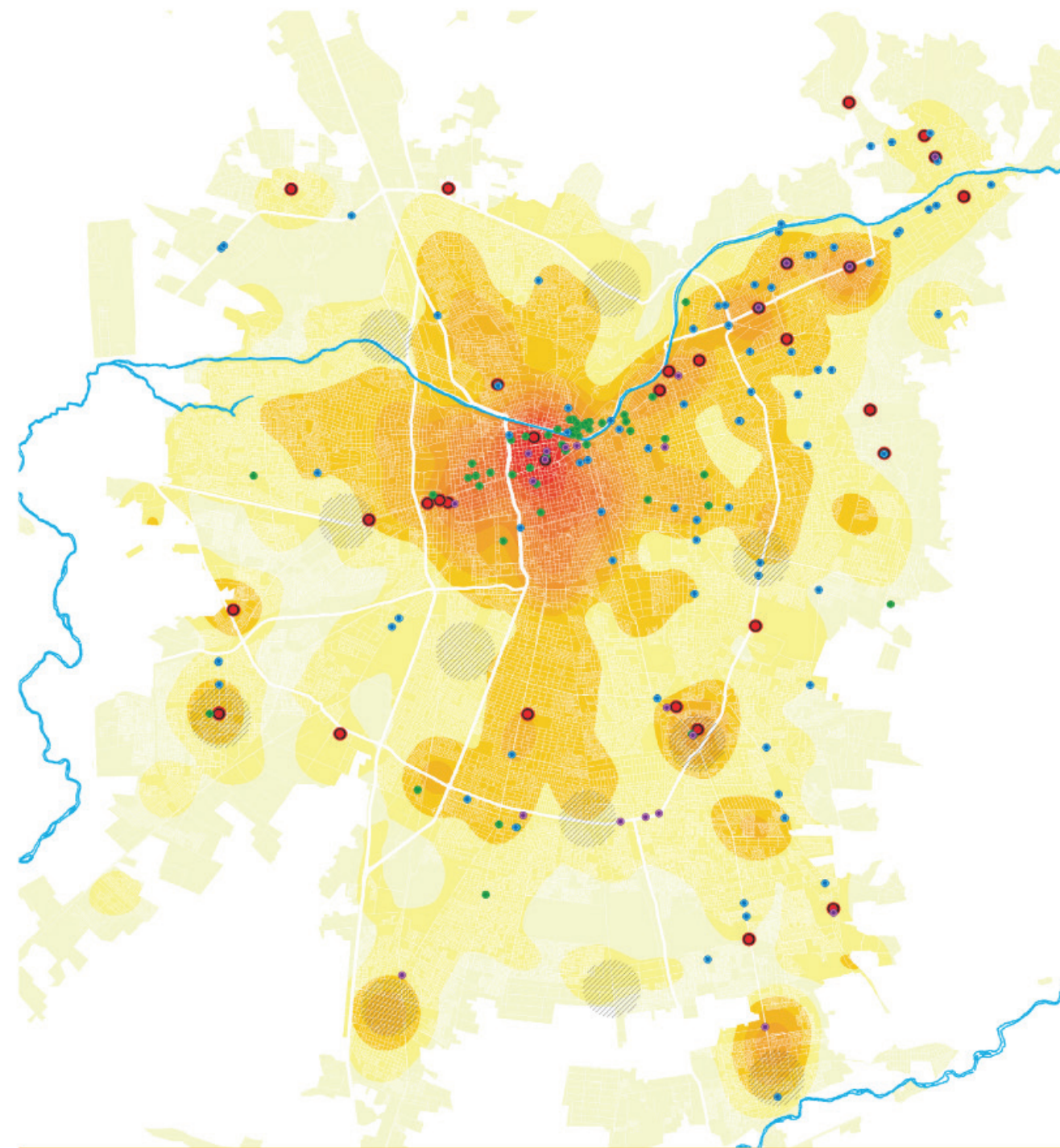
TOWN CENTER

Este concepto es introducido en Chile por los Mall Plaza e intenta dar soluciones integrales para el ciudadano, mezclando comercio con servicios, esparcimiento y ocio dentro de un mismo lugar.

- Los principales cambios son:
- Nueva de interpretación del concepto Mall. Ahora es un lugar de encuentro, sociabilización y paseo.
 - Espacios públicos integrados al entorno.
 - Mejoramiento de los espacios interiores; circulaciones, pausas y luz natural.
 - Diversificación de los servicios ofrecidos.

04_PROYECCIÓN DEL EQUIPAMIENTO COMERCIAL EN SANTIAGO.

Plano de Santiago, densidad de equipamiento comercial, mall, y subcentros proyectados.
 Revista Foco 76 n. 5.
 Cartografía original OCUC, de José Rosas, Margarita Greene y Luis Valenzuela



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA OCUC EN BASE A SIDICO SEREMI MINVU

CARTOGRAFÍA ORIGINAL PERTENECIENTE AL LIBRO SANTIAGO URBANO, DE LOS AUTORES JOSÉ ROSAS, MARGARITA GREENE Y LUIS VALENZUELA, QUE SERÁ PUBLICADO POR EDICIONES ARQ EN 2008

“...El centro comercial parece sintetizar la nueva combinación de consumo, esparcimiento y paseo público. Esta experiencia se consolida en los años noventa. En apenas cuatro años, el número de estos centros aumentó en 55%. No sorprende pues que, acorde a la encuesta del PNUD, sólo el 3% de los entrevistados no tendría cerca alguna plaza comercial. [...] ¿Cuál es el significado del mall en la experiencia subjetiva de los chilenos? El más evidente es comercial. Pero sólo el 28% de los entrevistados va al mall únicamente a comprar...”

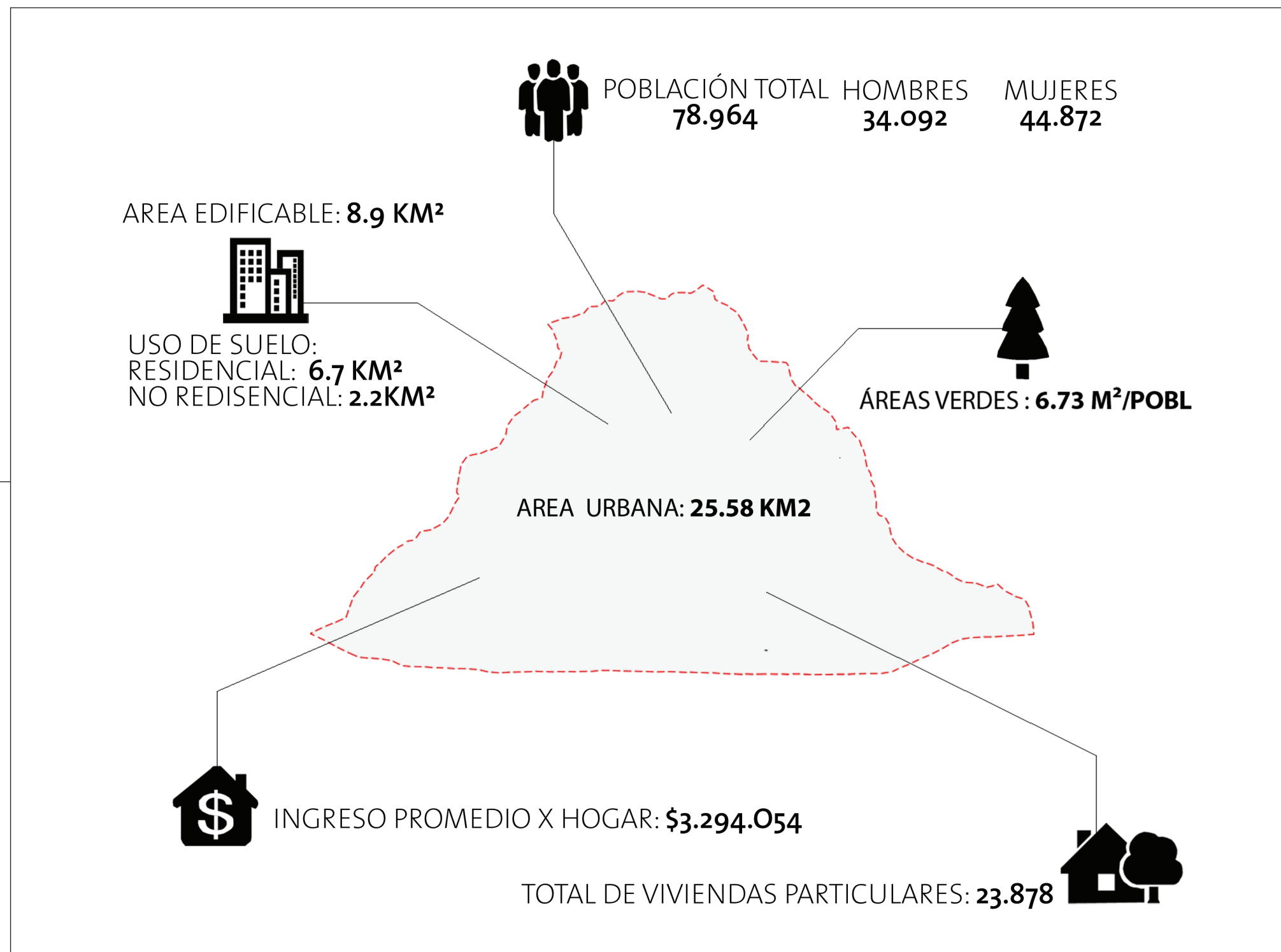
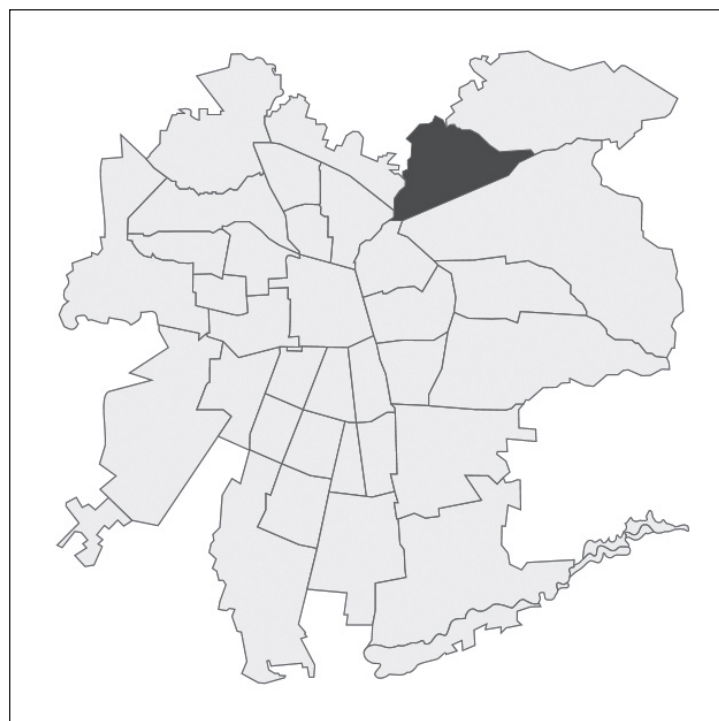
—
 PNUD,
 “Desarrollo Humano en Chile Vol.1. Nosotros los chilenos: Un desafío Cultural”. Eugenio Ortega R., Pedro Güell V., Norbert Lechner B., Rodrigo Márquez A., Soledad Godoy M. Santiago, LOM Ediciones, 2004.

CAPÍTULO 02

**CENTROS COMERCIALES
EN LA COMUNA DE VITACURA.**

01_INDICADORES DE LA COMUNA DE VITACURA.

La Comuna de Vitacura es principalmente residencial, con más de 22 mil hogares y al rededor de 80 mil habitantes.



02_ UBICACIÓN Y TIPOLOGÍAS DE LOS CENTROS COMERCIALES EN LA COMUNA DE VITACURA.

TIPOLOGÍAS COMERCIALES

CONTEXTUALIZACIÓN

Durante la década del `70 y principio de los `80, la comuna de Vitacura experimentó un auge inmobiliario que dio el pie inicial para un desarrollo de infraestructura netamente comercial.

Estos nuevos centros comerciales se diferenciaron de los ya existentes al experimentar nuevas tipologías y consagrar los barrios que, en ese entonces, se estaban desarrollando a lo largo de Avenida Vitacura, principal eje de la comuna.

- ① PORTADA DE VITACURA - 1972
Tipología de Pórtico Comercial + Torre Vivienda
[Cerrado al exterior]
- ② LOS COBRES DE VITACURA - 1977
Tipología de Patio + Espacio Público
- ③ PUEBLO DEL INGLÉS - 1978
Tipología de Patio + Calle
- ④ CENTRO COMERCIAL LO CASTILLO - 1980
Tipología de Doble Caracol + Pórtico
[Cerrado al exterior]
- ⑤ CENTRO COMERCIAL EVE - 1981
Tipología de Caracol + Pórtico



- Avenida Vitacura
- Autopistas
- VÍAS TRANSVERSALES A AV. VITACURA
- Vías Primarias
- Vías Secundarias

LOS COBRES DE VITACURA



PUEBLO DEL INGLÉS



CENTRO COMERCIAL EVE



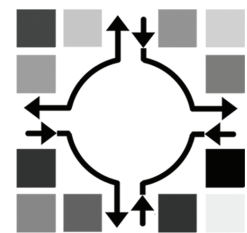
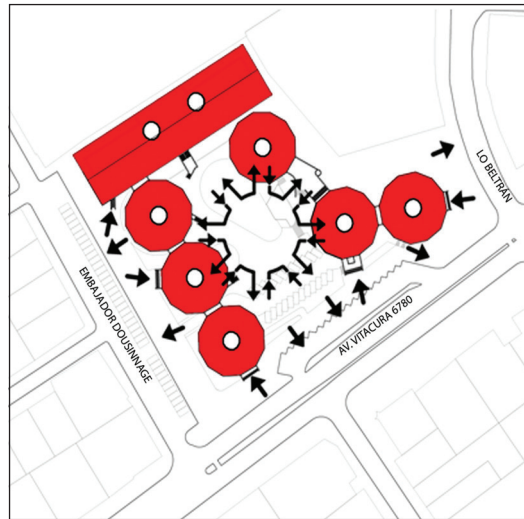
CENTRO COMERCIAL LO CASTILLO



LA PORTADA DE VITACURA



LOS COBRES DE VITACURA



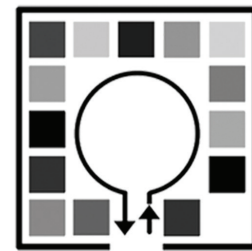
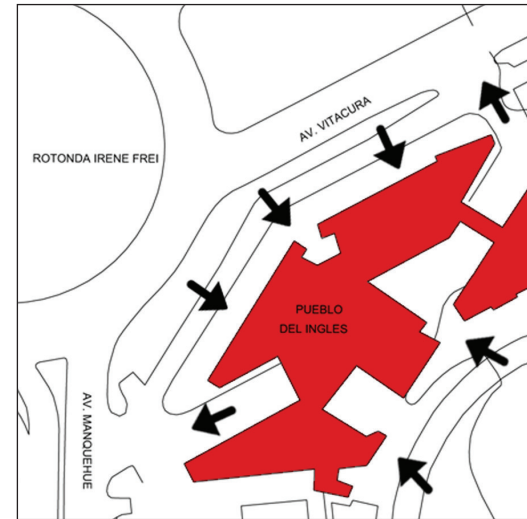
PATIO + ESPACIO PÚBLICO
INCORPORA EL EXTERIOR EN EL EDIFICIO E INTEGRA EL ESPACIO PÚBLICO

UBICACIÓN
Avenida Vitacura 6780
Vitacura, Santiago

AÑO DE CONSTRUCCIÓN
1976

ARQUITECTOS
Jaime Bendersky - Juan Luis Breneti

PUEBLO DEL INGLÉS



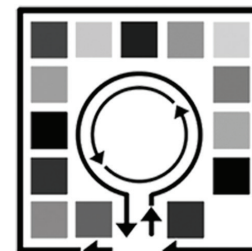
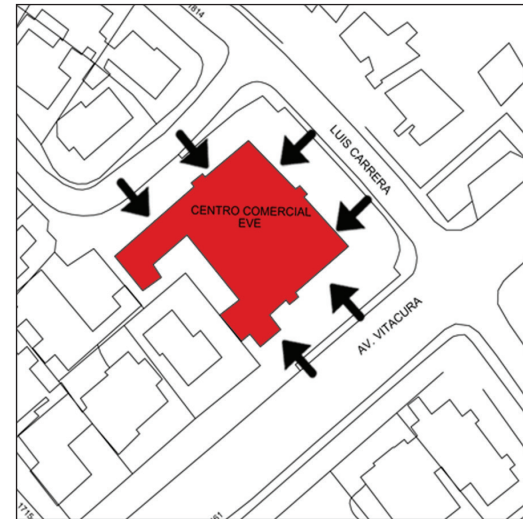
PATIO + CALLE
SEMI CERRADO AL EXTERIOR

UBICACIÓN
Calle Explorador Fawcett 1660
Vitacura, Santiago

AÑO DE CONSTRUCCIÓN
1978

ARQUITECTOS
Browne - San Martín - Wenborne

CENTRO COMERCIAL EVE



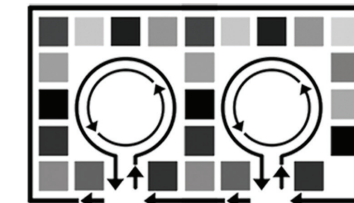
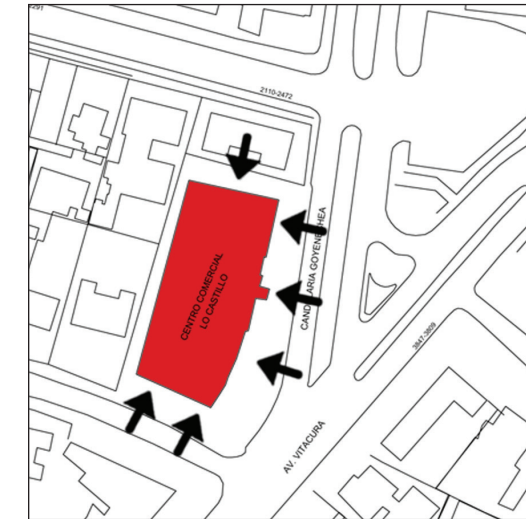
CARACOL + PÓRTICO
CERRADO AL EXTERIOR

UBICACIÓN
Avenida Vitacura 5480
Vitacura, Santiago

AÑO DE CONSTRUCCIÓN
1981

ARQUITECTO
Cristián Boza

CENTRO COMERCIAL
LO CASTILLO



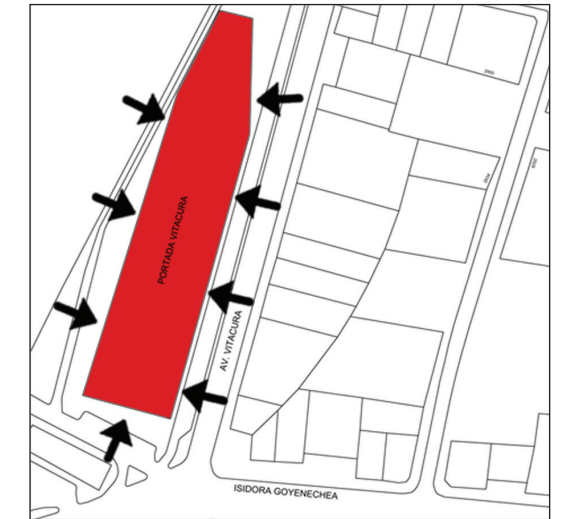
DOBLE CARACOL + PÓRTICO
CERRADO AL EXTERIOR

UBICACIÓN
Avenida Vitacura 3820
Vitacura, Santiago

AÑO DE CONSTRUCCIÓN
1981

ARQUITECTO
Cristián Boza

LA PORTADA DE VITACURA



PÓRTICO COMERCIAL +
TORRE VIVIENDA
CERRADO AL EXTERIOR

UBICACIÓN
Avenida Vitacura 2902
Las Condes, Santiago

AÑO DE CONSTRUCCIÓN
1972

ARQUITECTO
Mauricio Despouy

CAPÍTULO 03

LOS COBRES DE VITACURA.

01 APARICIÓN DE LOS COBRES DE VITACURA.

El Centro Comercial Los Cobres de Vitacura, diseñado por el arquitecto Jaime Bendersky, fue construido el año 1977, época en la cual se comenzaron a crear en Santiago los primeros Centros Comerciales. Esta obra presenta un modelo nunca antes visto en Santiago: 6 pabellones octogonales en torno a un gran espacio central: una plaza hundida, que ocupa la mitad de la superficie del terreno.

La idea espacial surgió por la razón de aumentar el perímetro comercial en el sitio, lográndose a través de módulos suspendidos para generar dos niveles de comercio.

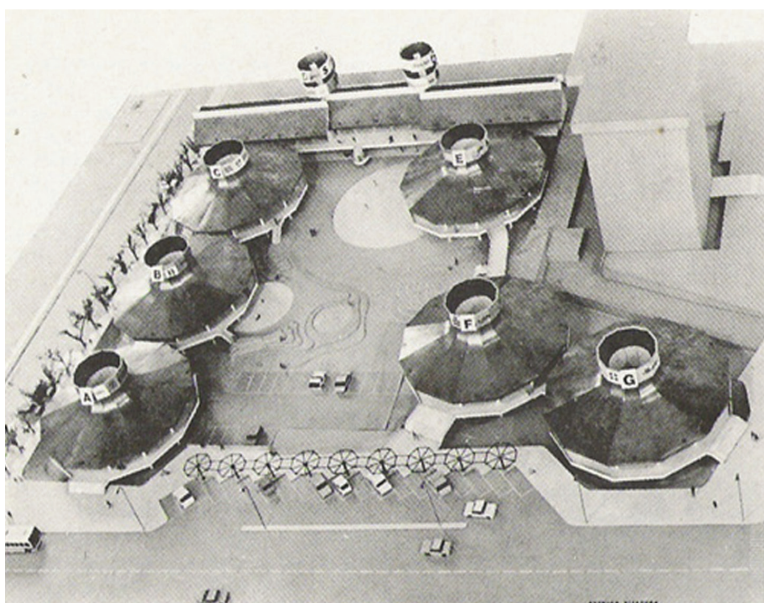
El arquitecto generó este concepto, mediante una búsqueda de crear visibilidad total para los consumidores. Para activar esta decisión, se inserta en el suelo hundido una cancha de patinaje, que atraería al público. El complejo comercial de Vitacura, se abrió hacia la ciudad, dejando los pabellones con un libre acceso desde la calle, y a la vez, se construyeron espacios variados, atractivos y novedosos.

Los volúmenes que se asemejan a "hongos", son motivo de especial atención. El cambio de nivel de la plaza principal del complejo, ayuda a que estos pabellones parezcan como si flotaran, unidos entre sí por circulaciones tangenciales que emergen de los corredores perimetrales de cada uno de los volúmenes cubiertos por techo de cobre.

Finalmente, al final del complejo podemos encontrar el último volumen, de tres niveles de locales y dos salas de cine, hoy ocupadas por el Centro Cultural Amanda.

El modelo de comercio de Los Cobres de Vitacura, no se basa en los otros típicos, como los patios, los caracoles o los mall. Este Centro Comercial logró de esta manera ser un referente en el ámbito artístico, cultural, social, y arquitectónico de Santiago.

—
Karina Duque
Editora Plataforma Arquitectura
Publicado el 10 de Enero de 2012





FICHA TÉCNICA

UBICACIÓN
Avenida Vitacura 6780
Vitacura, Santiago

AÑO DE PROYECTO
1976

AÑO DE CONSTRUCCIÓN
1977

ARQUITECTOS
Jaime Bendersky - Juan Luis Breneti

DESARROLLADOR
Thomas Fürst - Jaime Bendersky

MATERIALIDAD
Hormigón armado y cobre

"...Nos planteamos el problema en el sentido de crear un lugar de encuentro. El terreno es muy amplio, son tres predios, en consecuencia nos permitía crear un gran espacio exterior conformado por estos "palafitos" y un cuerpo de remate. Un espacio exterior donde hubieran muchas vivencias, no solamente actividad comercial. Se da un repertorio muy grande en esa "plaza" con los juegos infantiles, los paseos, las terrazas, los estares, las confiterías, las heladerías, todo lo que atrae a la "lolería"... Pero sin el automóvil y la locomoción que en un momento dado cortan el espacio. Creamos un gran espacio donde el peatón tranquilamente puede deambular en un recorrido muy extenso y variado, alrededor de estos volúmenes de doce lados, todos unidos, aun con el nivel inferior, permitiendo estas variables..."

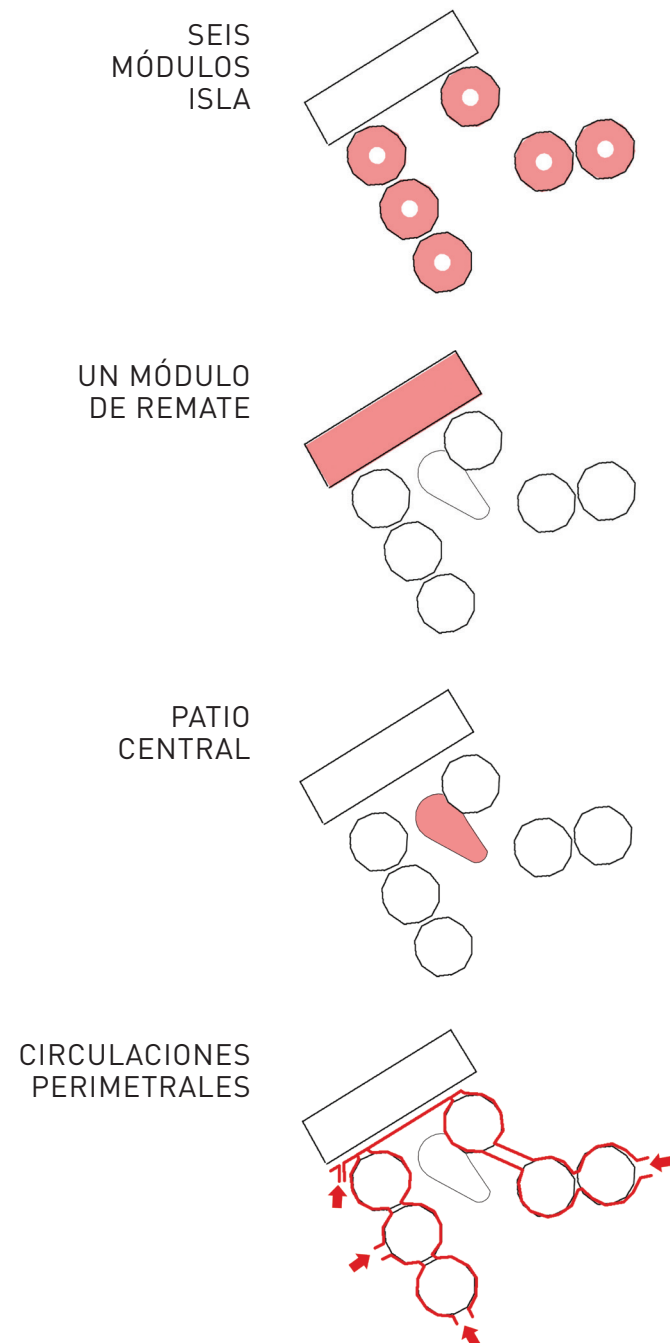
*(Bendersky, Jaime:
"Diálogo: Centros de Intercambio")*

03_LEVANTAMIENTO FOTOGRAFICO DEL CONTEXTO INMEDIATO.



PLANTA CONTEXTO
ESCALA 1:1500

04 CONFIGURACIÓN ACTUAL DEL CENTRO COMERCIAL.



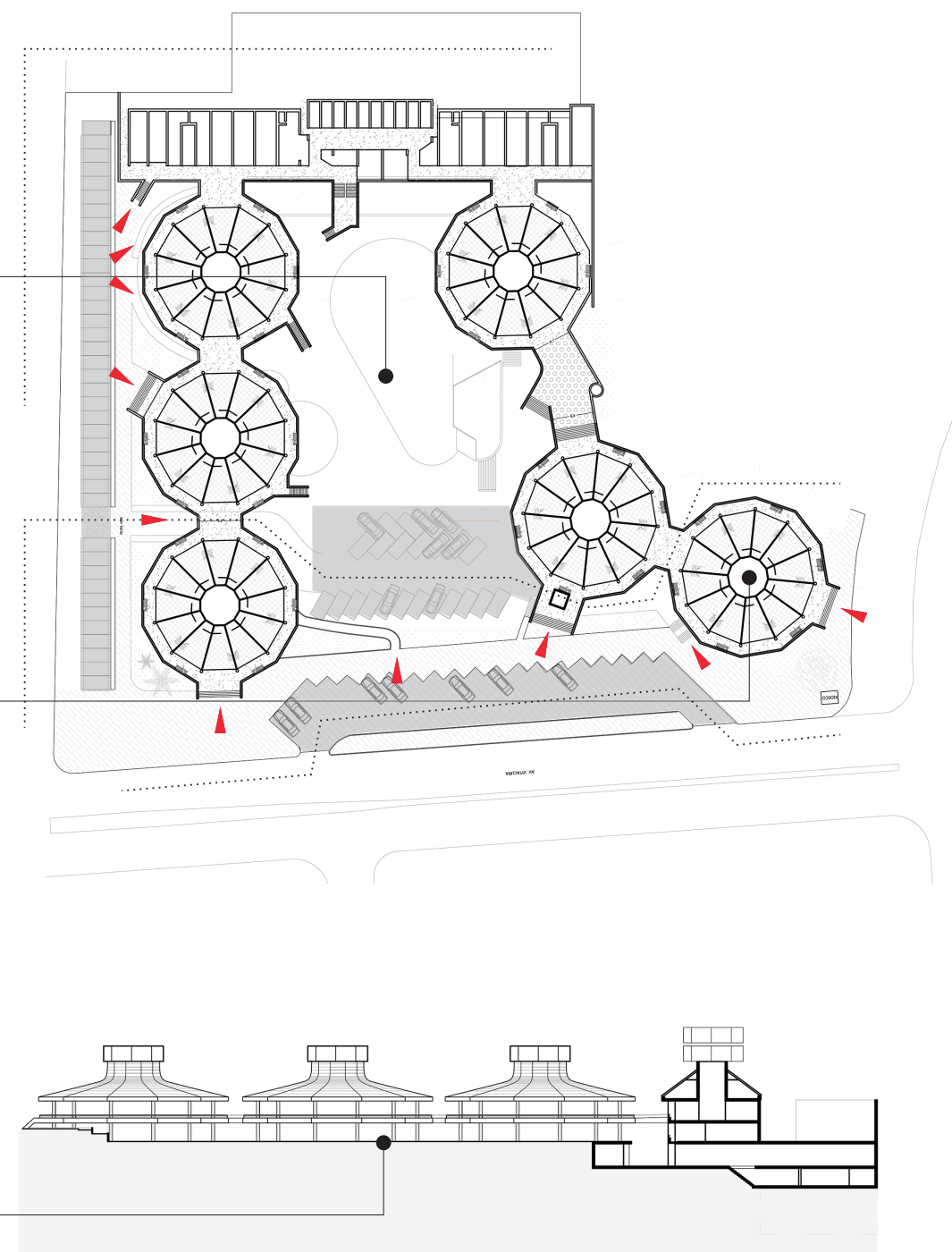
El Centro Comercial Los Cobres de Vitacura (CDV) presenta una tipología de patio que se abre hacia Avenida Vitacura.

En un principio, esta plaza fue un aporte para la comuna, ya que se concebía como un lugar de encuentro y ocio, además de un centro de consumo.

Está compuesto por seis módulos que encierran un espacio central, con edificaciones aisladas, y por un volumen rectangular que remata el espacio hacia el terreno colindante.

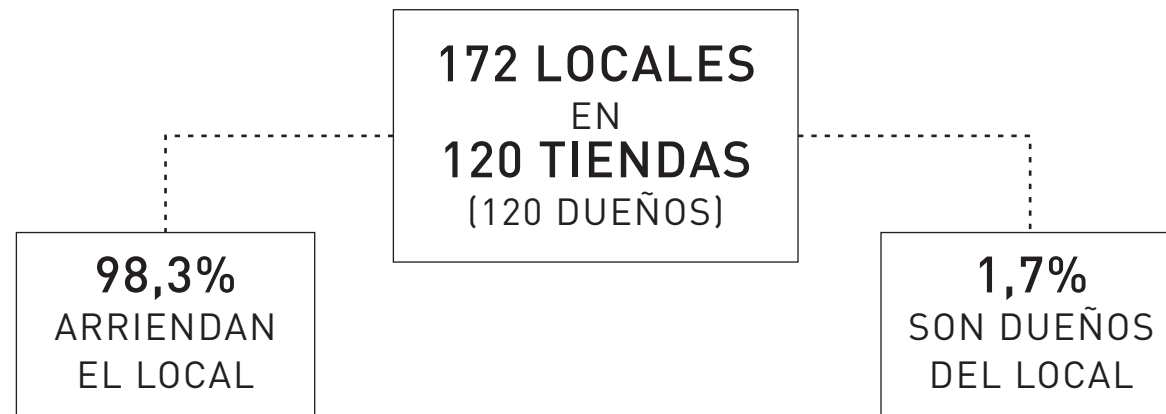
Cada módulo está conectado entre sí, a través de un circuito peatonal en torno a las tiendas, que permite relacionar el recorrido con el espacio central.

Hasta hoy, el Centro Comercial Los Cobres de Vitacura no ha presentado cambios significativos respecto a su programa comercial. Sin embargo, el nivel de la plaza, correspondiente a un espacio común dentro del comercio, sí ha tenido cambios más notorios e importantes.



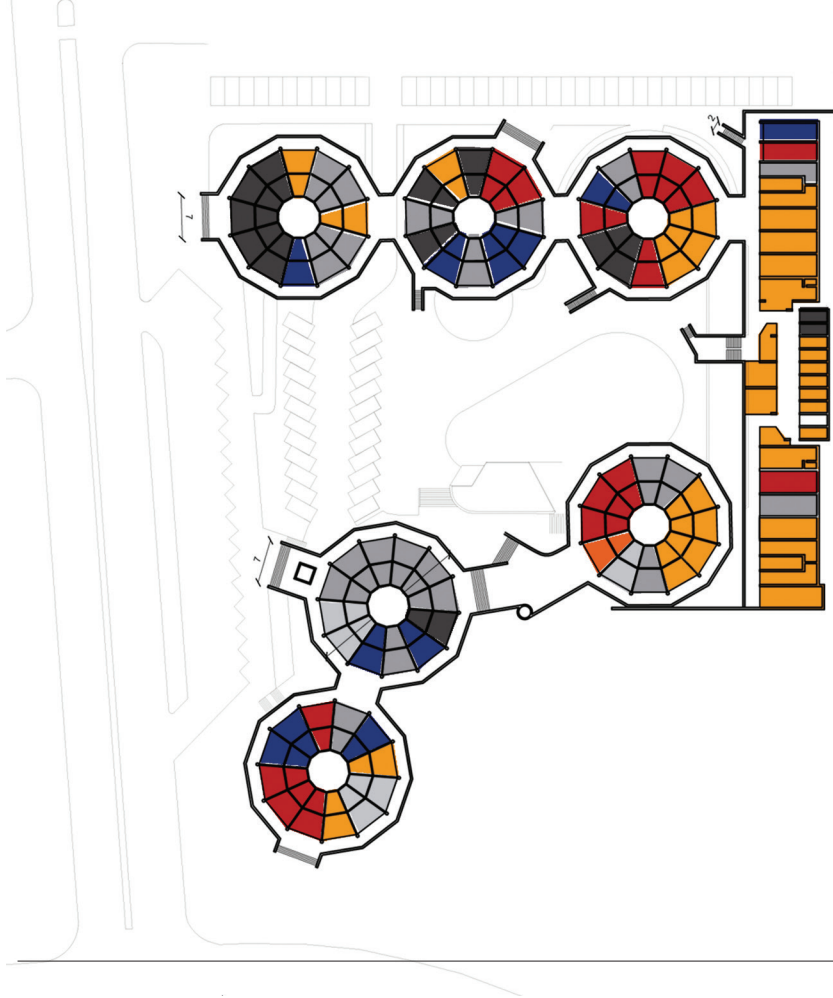
- Estacionamientos
- Accesos vehiculares
- Flujos peatonales

05_ LEVANTAMIENTO FOTOGRAFICO: MIXTURA DE RUBROS.

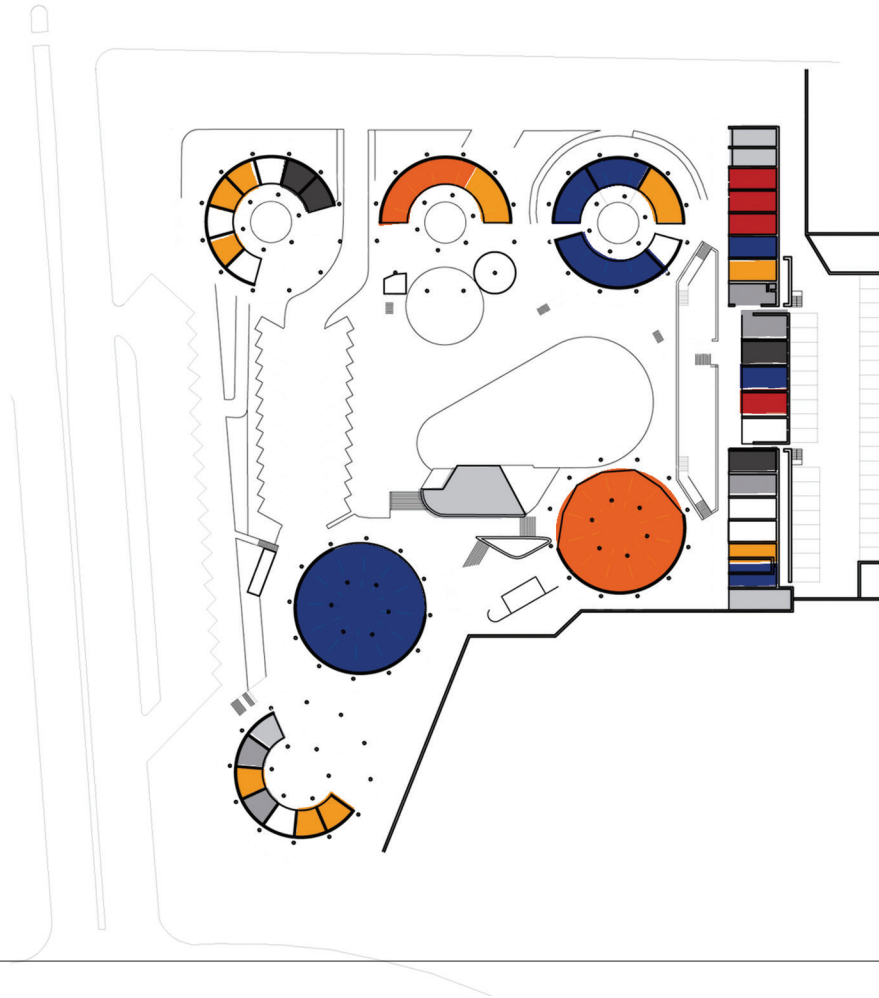


06_DIAGRAMACIÓN PROGRAMÁTICA POR PLANTA.

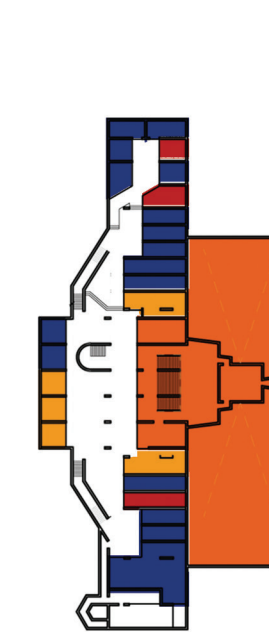
PROGRAMA NIVEL CALLE



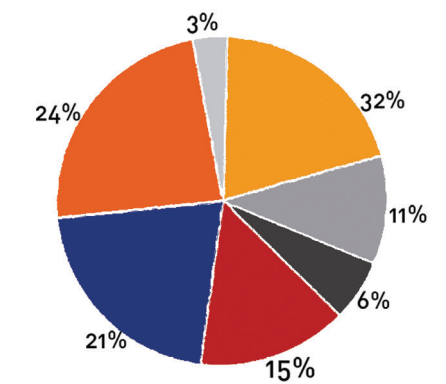
PROGRAMA NIVEL PLAZA



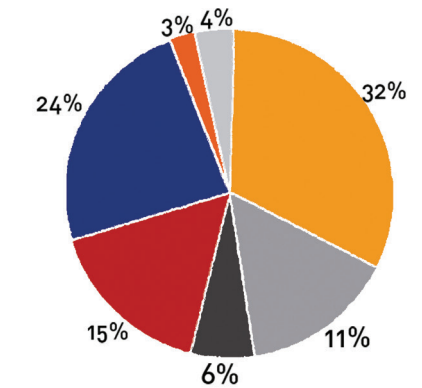
PROGRAMA NIVEL SUBSUELO



METROS CUADRADOS POR RUBRO



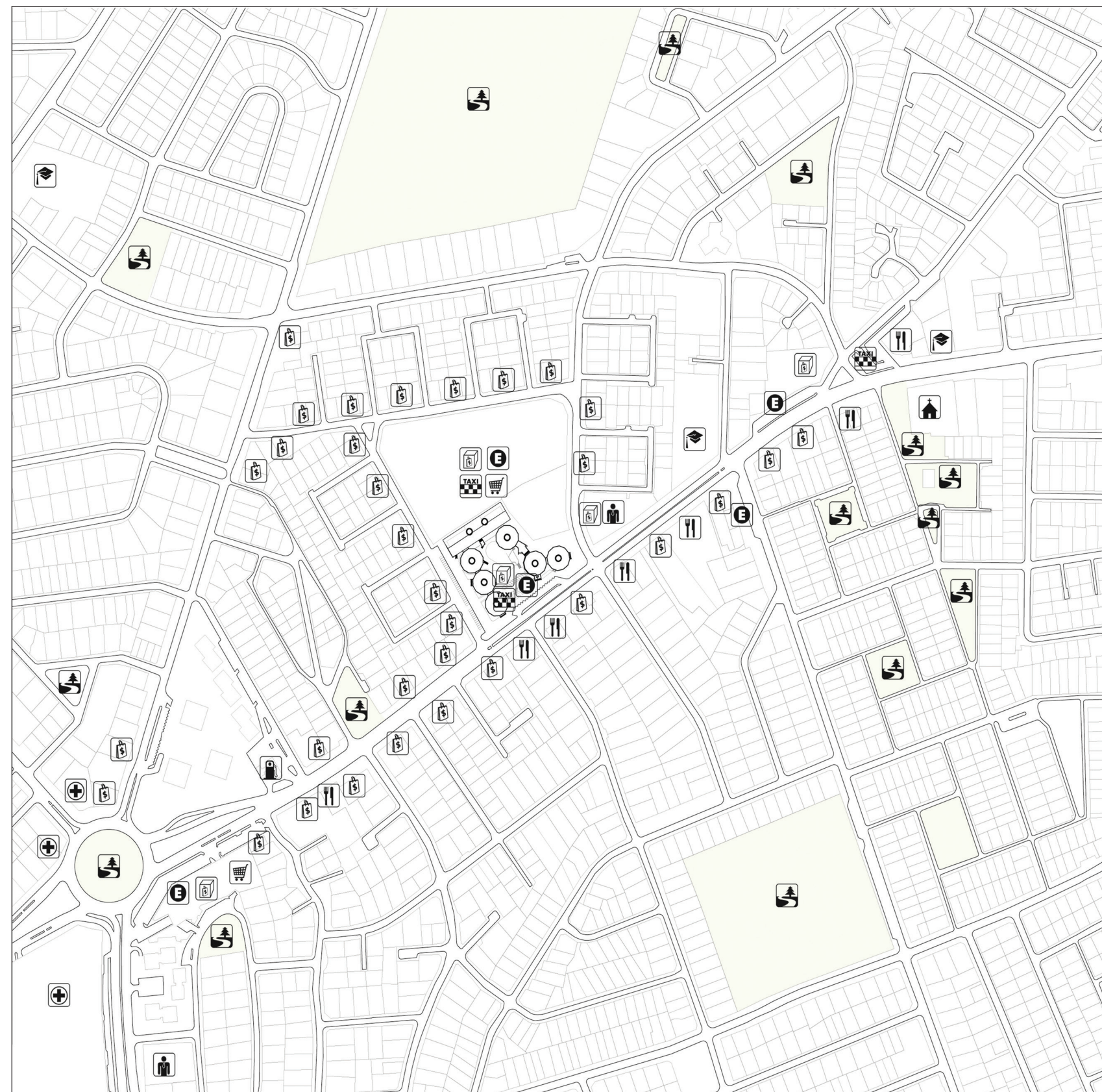
CANTIDAD DE TIENDAS POR RUBRO



- Servicios
- Indumentaria
- Peluquería y Belleza
- Decoración y Artesnía
- Médicos y Farmacias
- Cafeterías y Nocturnos
- Desocupado

07_CONTEXTO PROGRAMÁTICO.

- Centro Comercial 
- Restaurant 
- Comercio 
- Estacionamientos 
- Supermercado 
- Oficinas 
- Paradero de Taxi 
- Clínica / Centro Médico 
- Iglesia 
- Área Verde 
- Colegio 
- Bomba de Bencina 



PLANTA CONTEXTO
ESCALA 1:2500

08_VARIACIÓN DEL PROGRAMA EN LA PLAZA CENTRAL.

La variación programática en Los Cobres de Vitacura no ha sido mucha, el edificio ha conservado el programa original destinado a comercio.

Aunque hayan cambiado rubros, el programa sigue siendo el mismo.

Sin embargo, el nivel de la plaza es el único que ha sufrido cambios programáticos, en donde la pista de patinaje es el recinto que ha tenido cambios más notorios e importantes.



1980 - Pista de patinaje.



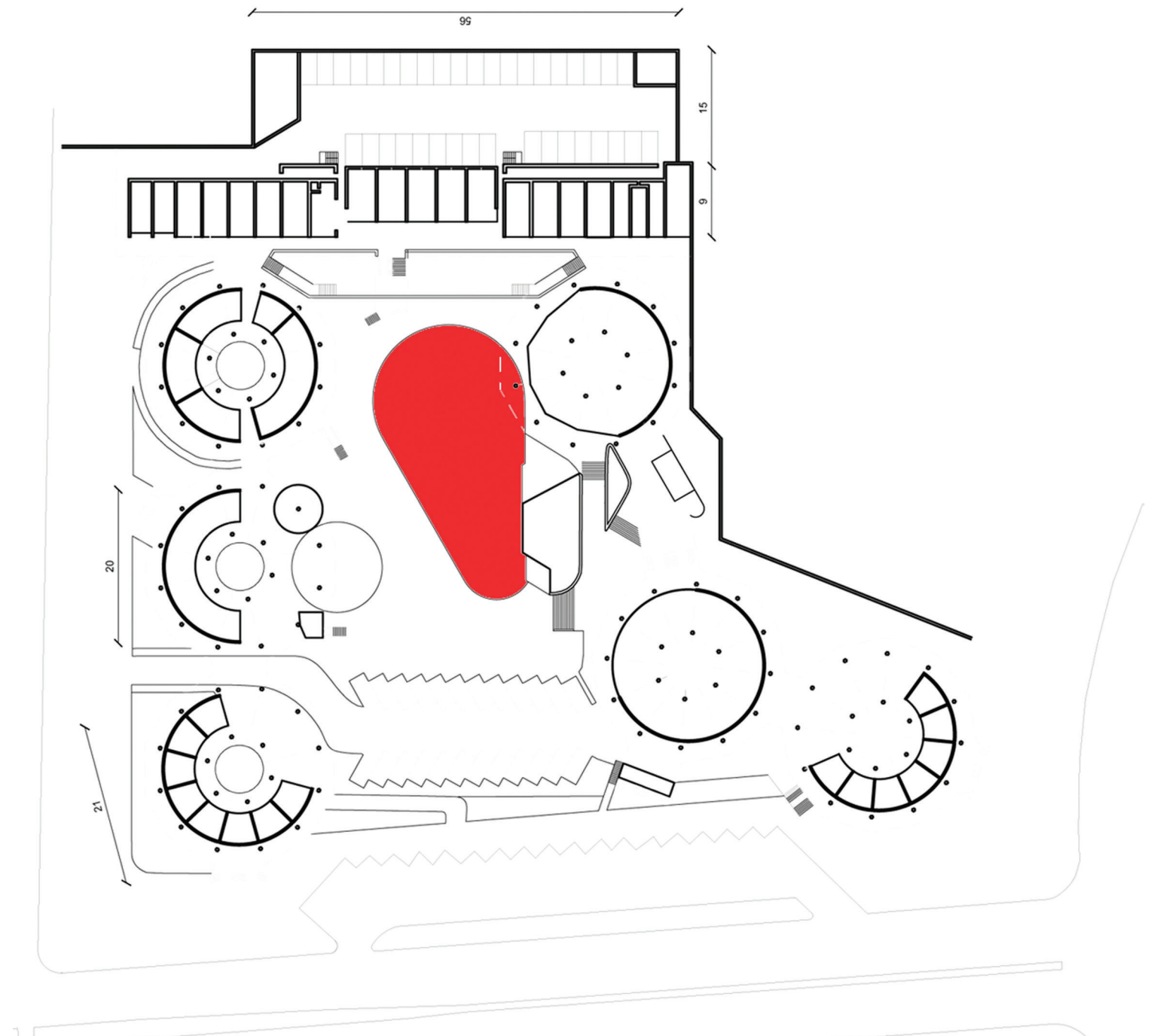
1990 - Skate.



2000 - Desuso/venta de bodegas.



2012 - Patio de comidas.



09_MAPEO DE ACTIVIDAD SOCIAL SEGÚN RANGOS DE HORARIO.

07:00AM - 10:00AM

_ El paradero Troncal del Transantiago tiene su "pic" en este horario y es utilizado por residentes del sector.
 _ Shopping Los Cobres: Los locales abren a las 09:00am

10:00AM - 13:00PM

_ Horario de mayor concurrencia, especialmente en días de semana.
 _ Mayoritariamente público femenino: mujeres adultas (dueñas de casa) y mujeres de tercera edad.
 _ Locales más frecuentados: peluquerías, reparadoras de calzado y vestuario, correo, entre otros trámites.

13:00PM - 16:00PM

_ Baja concurrencia del público en general.
 _ Los locales cierran entre 14:30pm a 16:00pm (aprox.), a excepción de locales como cafeterías y bar/restaurantes que presentan horario continuado.

16:00PM - 18:00PM

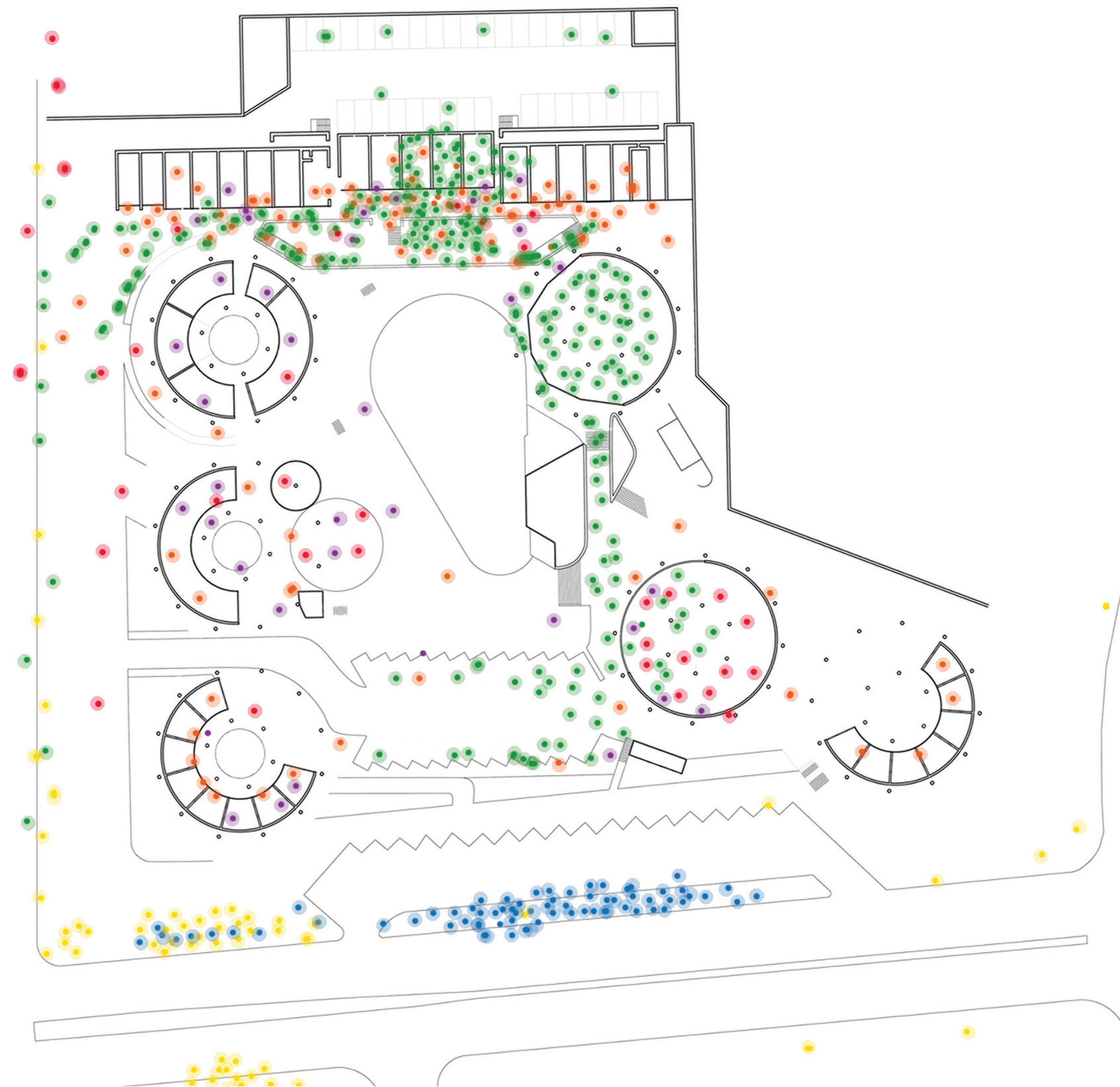
_ En general, el público y los locales frecuentados son muy similares al horario de entre las 10:00am y 13:00pm. Con respecto a la cantidad de gente, es menor que en la mañana.

16:00PM - 18:00PM

_ Lucas Bar (Lu-Sá): Hombres mayores de 30 años, chilenos y extranjeros (asiáticos), que intentan pasar desapercibidos.
 _ Mosai Café (Lu-Sá): Público mixto, principalmente hombres mayores a 25 años, que utilizan el local a modo de "pre" antes de entrar a Lucas Bar o Amanda.
 _ Centro Cultural Amanda (Ma-Sá): Hombres y mujeres jóvenes, principalmente mayores a 21 años, que llegan directo al local cerca de la 01:00am.
 _ Blues Club (vi-Sá): Ofrece fiestas sin alcohol para adolescentes menores a 18 años.

18:00PM - 20:00PM

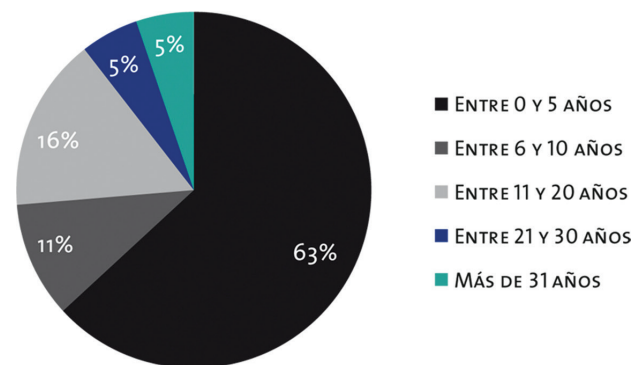
_ Multitud de personas en el paradero expreso del Transantiago.
 _ Público variado, principalmente trabajadores adultos, provenientes del supermercado Líder y asesoras del hogar del sector, con destino a comunas del sector poniente.



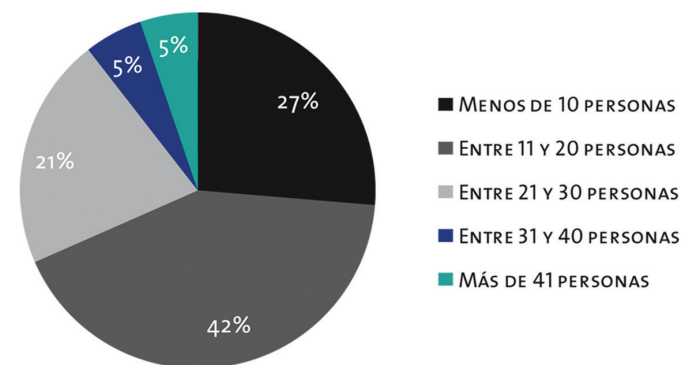
10_ENCUESTA A LOCATARIOS Y CONSUMIDORES.

SEGÚN LOCATARIOS

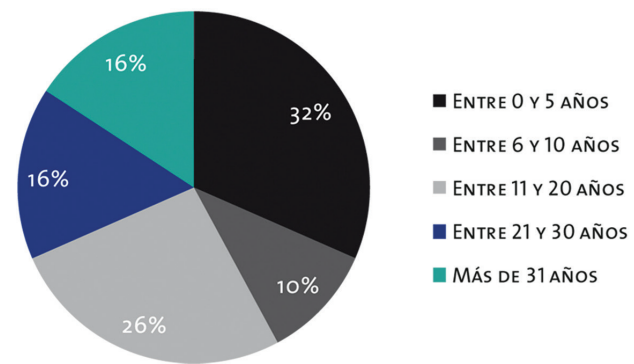
¿Hace cuánto tiempo ocupa un local en el Shopping Los Cobres de Vitacura?



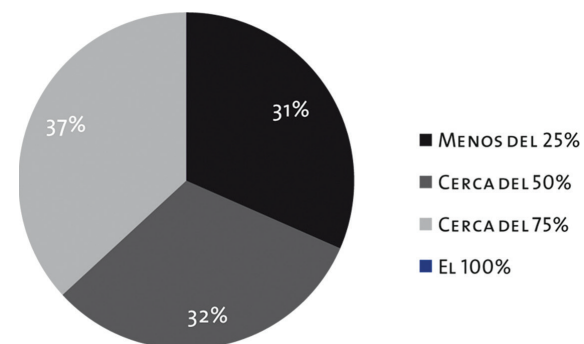
¿Cuál es el flujo (estimado) de clientes que recibe a diario en el local?



¿Hace cuánto tiempo tiene el negocio?



Del total de personas que ingresan al local ¿qué porcentaje (estimado) es el que compra?



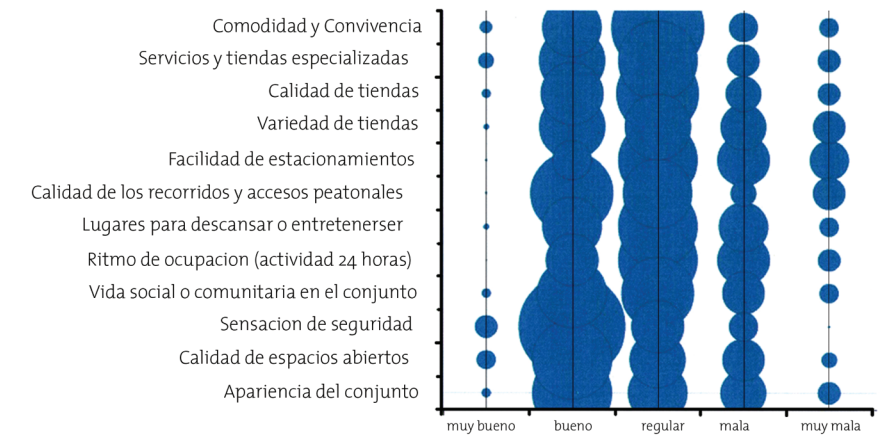
LOS MEJORES MESES DE VENTA SON ENTRE SEPTIEMBRE Y DICIEMBRE, CON UN 56,1%

EL 26,8% CONSIDERA QUE SU MAYOR NIVEL DE VENTA/INGRESO ES EN EL MES DE DICIEMBRE.

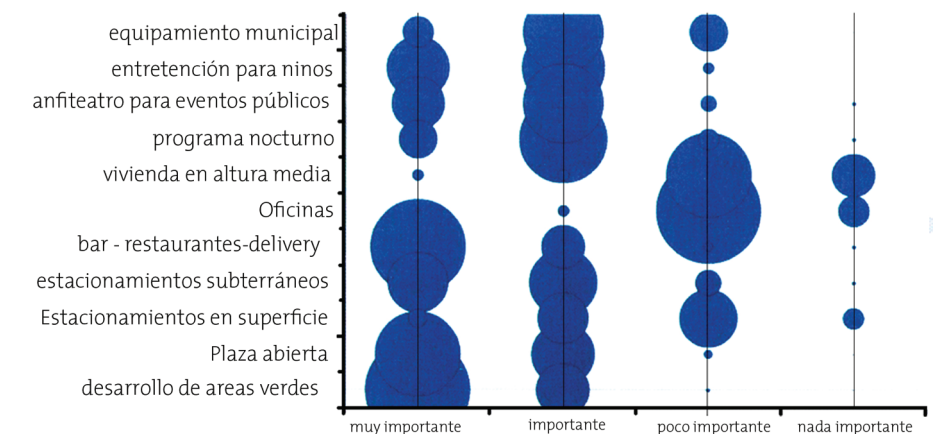
EL 14,6% CONSIDERA QUE SU NIVEL DE VENTA/INGRESO ES RELATIVAMENTE PAREJO.

SEGÚN CONSUMIDORES

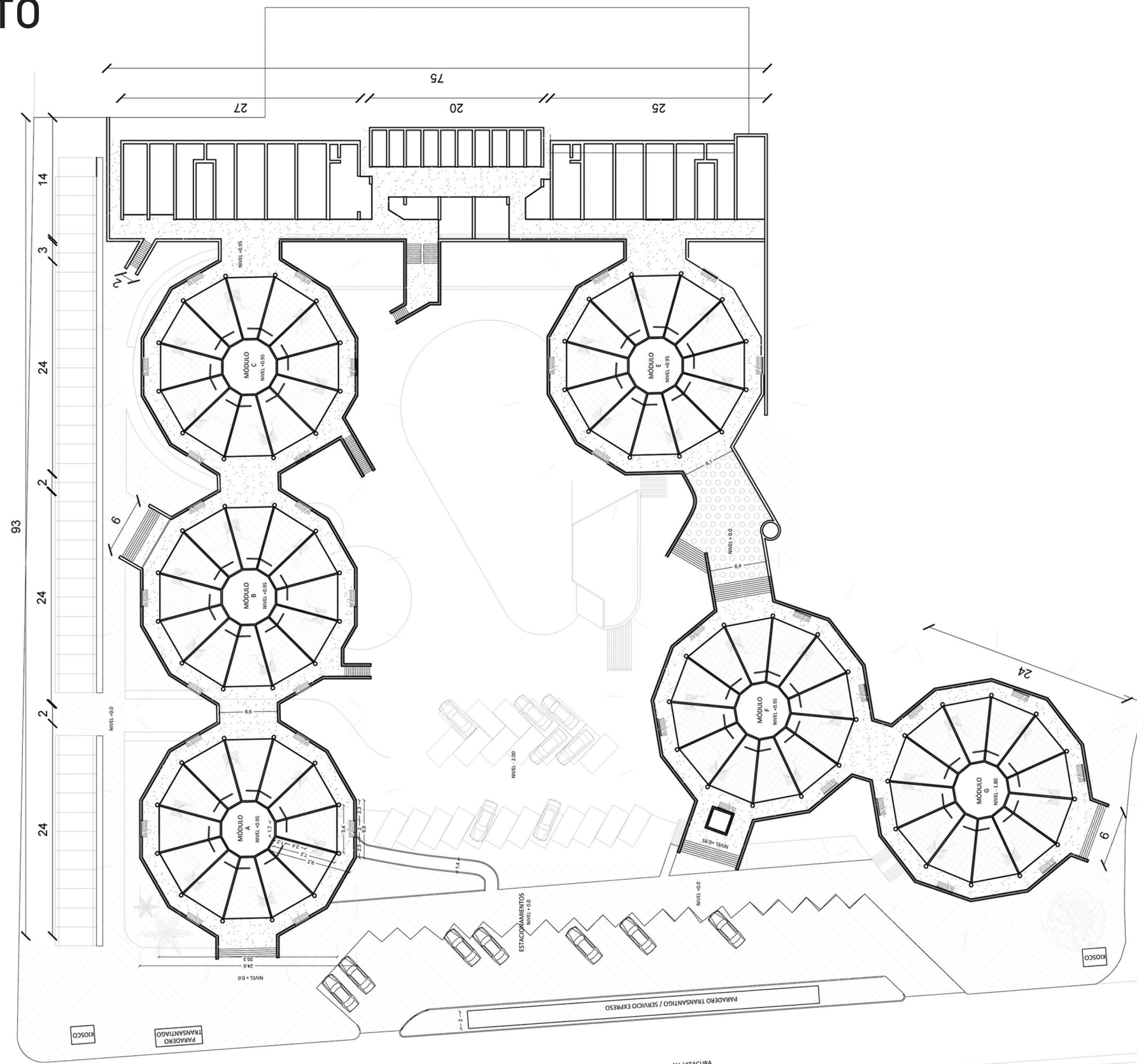
Basándose en sus visitas al Shopping puntúe los siguientes aspectos.



¿Cuál/es de estas características considera más relevantes para potenciar Los Cobres de Vitacura?

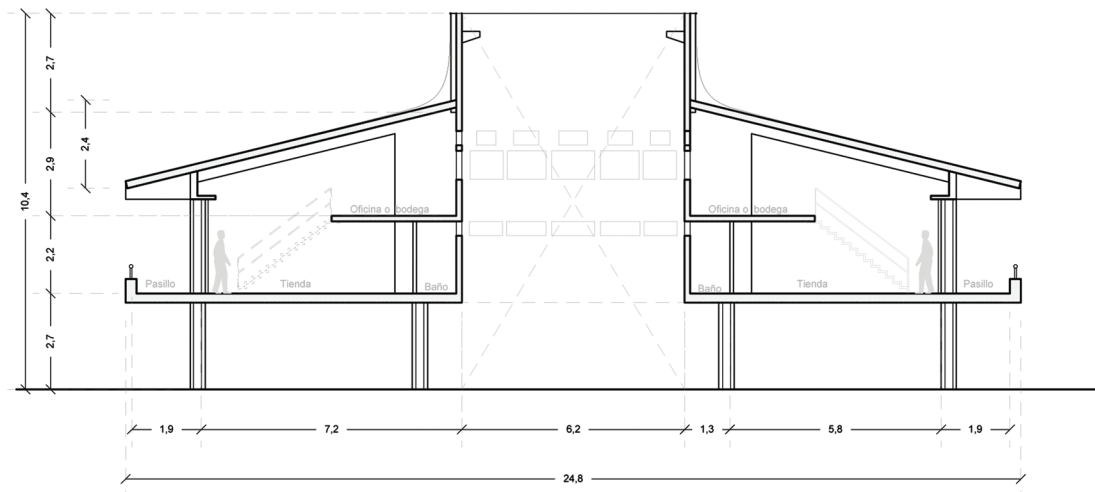


11_LEVANTAMIENTO PLANIMÉTRICO.

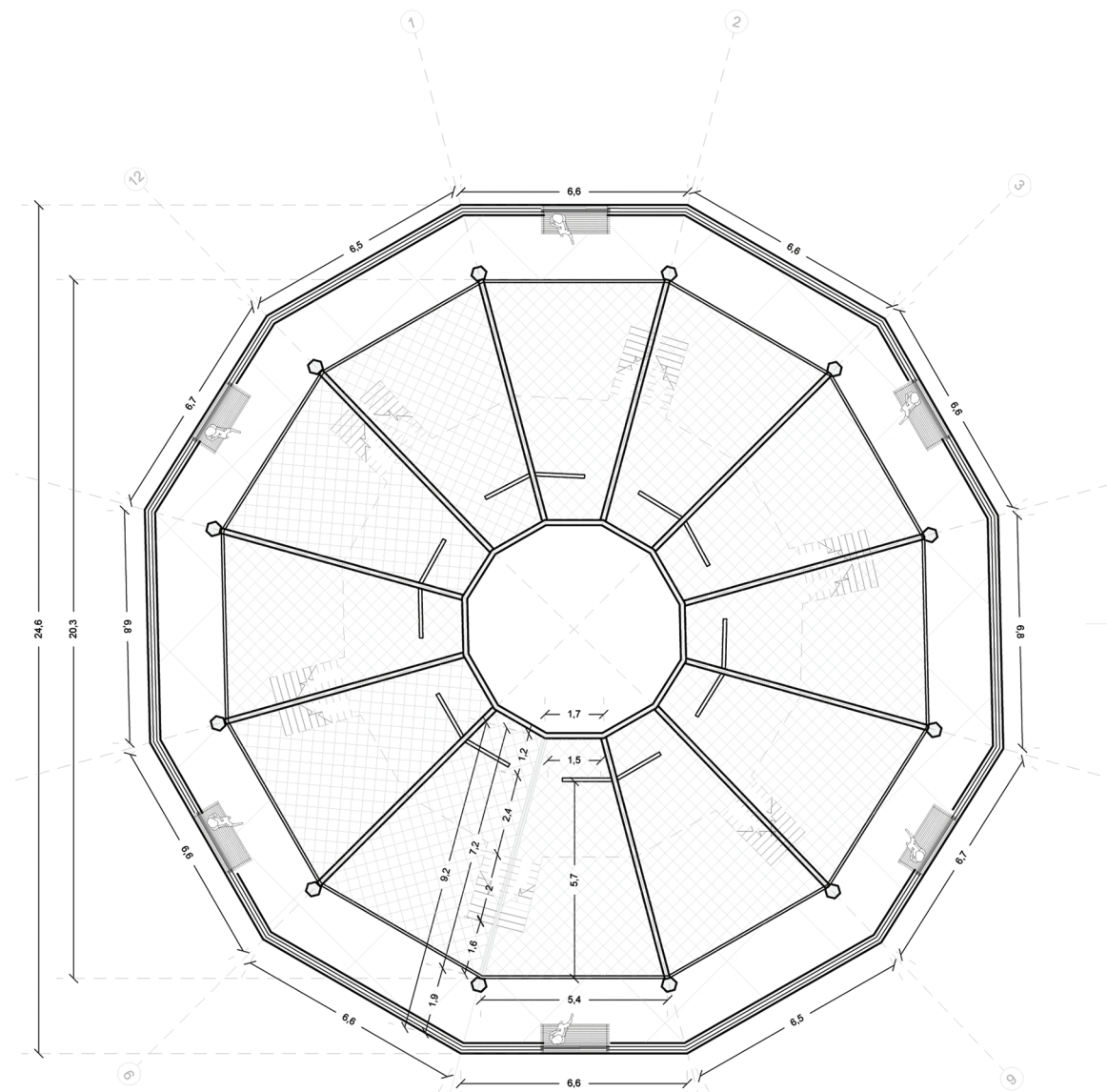


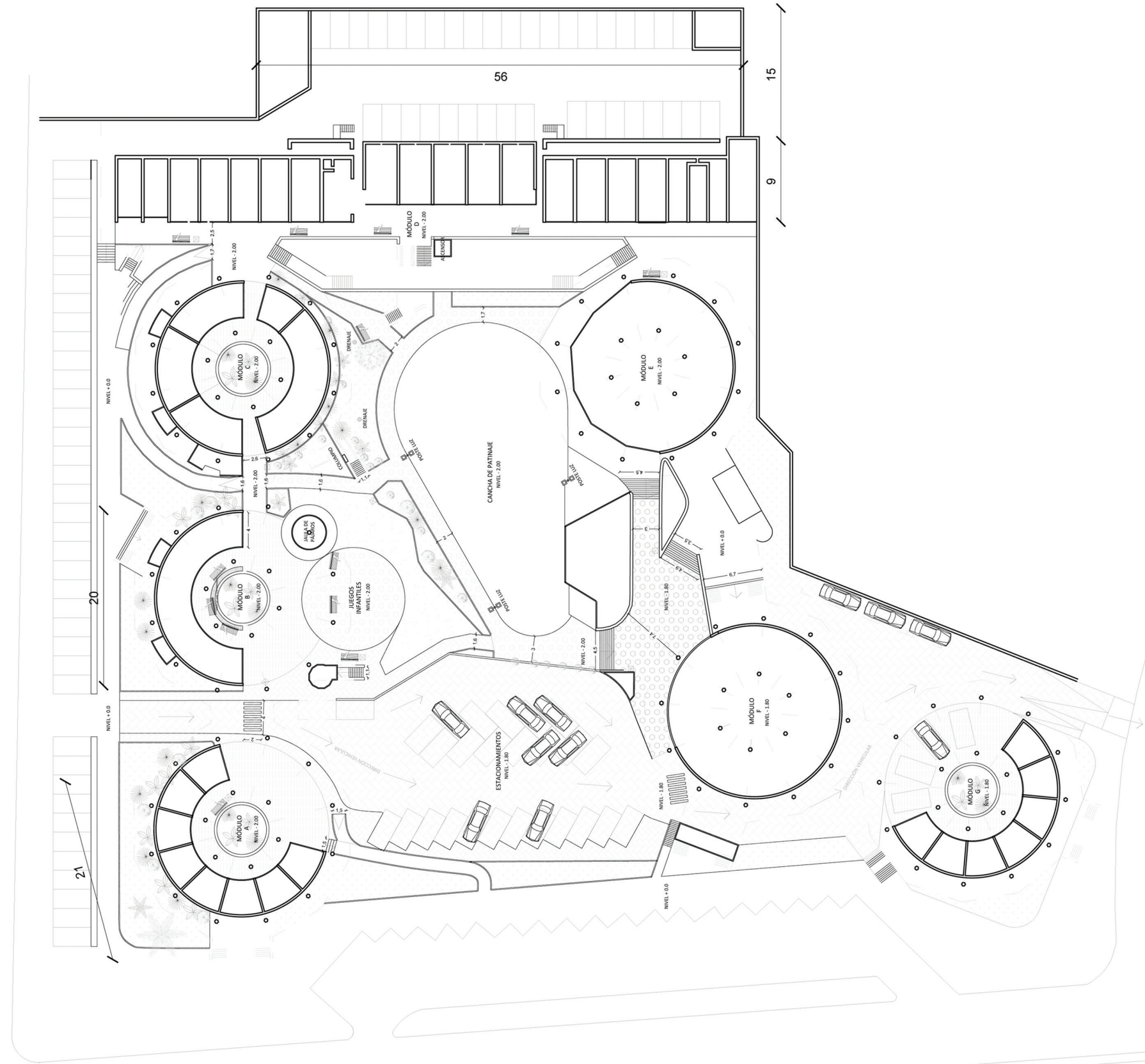
PLANTA NIVEL CALLE
ESCALA 1:2500

CORTE MÓDULO TIPO
ESCALA 1:100

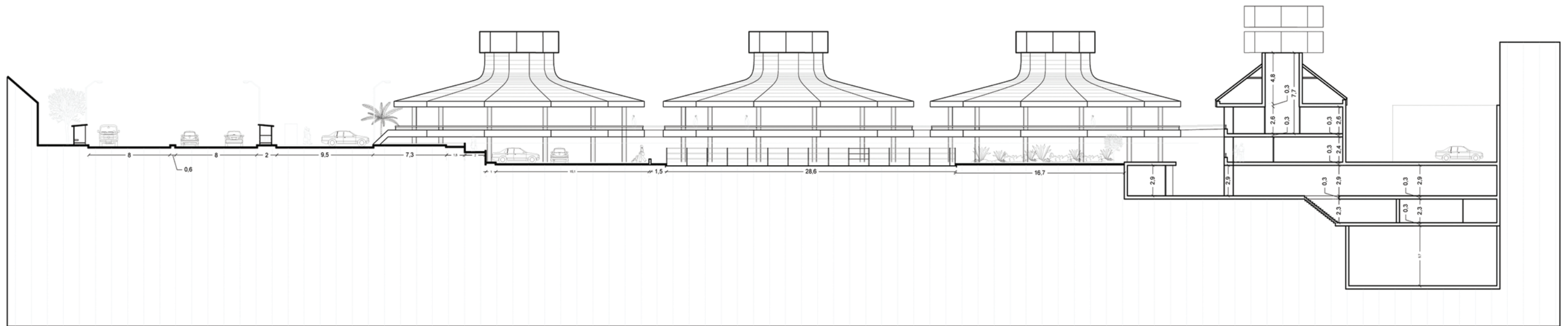


CORTE MÓDULO TIPO
ESCALA 1:100

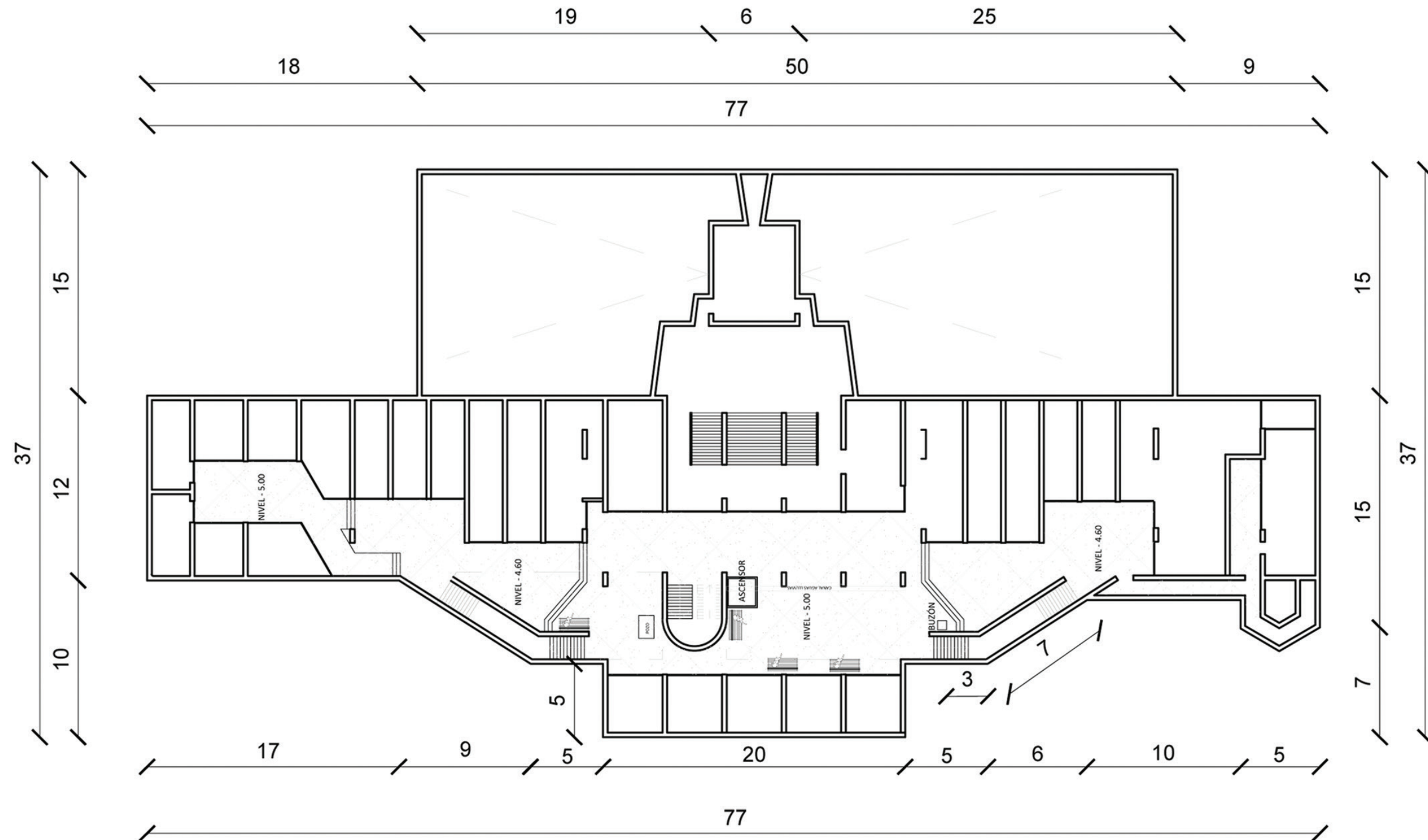




PLANTA NIVEL PLAZA
ESCALA 1:2500



CORTE LONGITUDINAL PLAZA
ESCALA 1:200



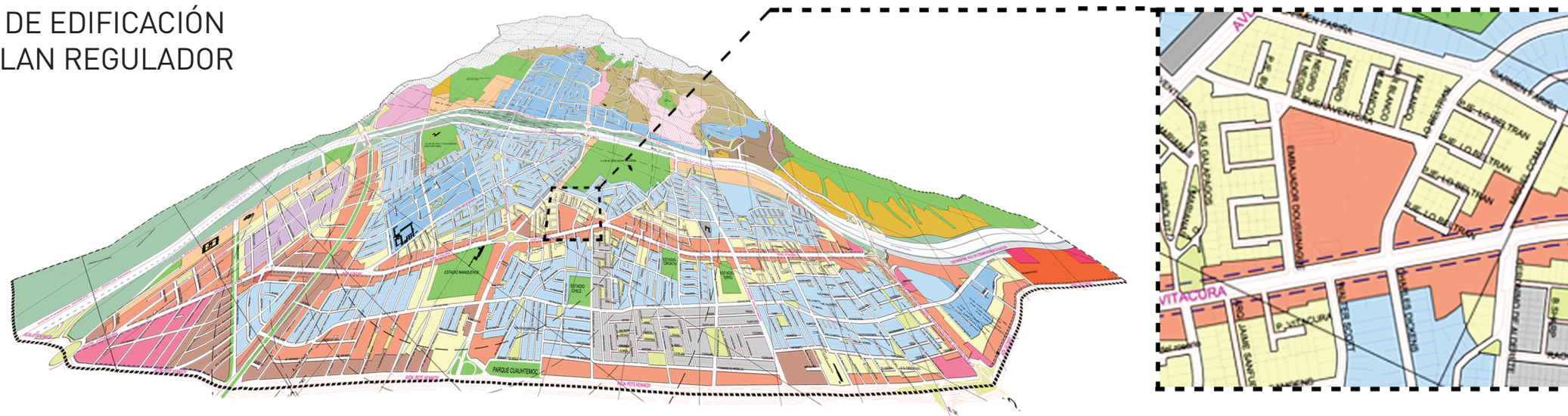
PLANTA NIVEL SUBTERRÁNEO
ESCALA 1:200

CAPÍTULO 04

**COMPONENTES
DE INTERVENCIÓN.**

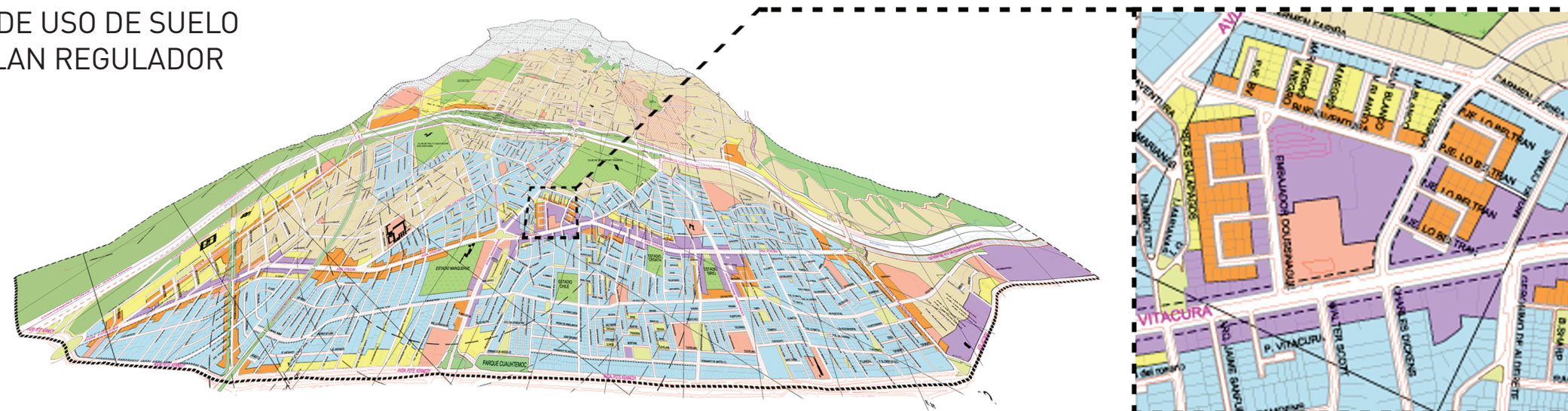
01_PLANOS REGULADORES Y NORMATIVOS.

NORMAS DE EDIFICACIÓN SEGÚN PLAN REGULADOR



SIMBOLOGÍA		
TIPOLOGÍA	SIGLA	DESCRIPCIÓN
	E-Ab3	EDIFICACIÓN AISLADA BAJA N°3
	E-Ab4	EDIFICACIÓN AISLADA BAJA N°4
	E-Am4	EDIFICACIÓN AISLADA MEDIA N°4
	E-Am5	EDIFICACIÓN AISLADA MEDIA N°5
	E-e4	EDIFICACIÓN ESPECIAL N°4 ÁREAS VERDES COMPLEMENTARIAS
		LÍNEA DE AFECTACIÓN A UTILIDAD PÚBLICA
		VIALIDAD PROYECTADA
		TRAMO RESERVA FAJA VIAL EN EL SUBSUELO

NORMAS DE USO DE SUELO SEGÚN PLAN REGULADOR



SIMBOLOGÍA		
TIPOLOGÍA	SIGLA	DESCRIPCIÓN
	U-V	USO DE SUELO VIVIENDA
	U PVEV	USO DE SUELO PREFERENTE VIVIENDA EQUIPAMIENTO Y VECINAL
	U PVO	USO DE SUELO PREFERENTE VIVIENDA Y OFICINAS
	U POC	USO DE SUELO PREFERENTE OFICINAS Y COMERCIO
	U PC	USO DE SUELO PREFERENTE COMERCIO
	U Ee1	USO DE SUELO EQUIPAMIENTO ESPECIAL N°1 COMUNAL
	U Ee4	USO DE SUELO EQUIPAMIENTO ESPECIAL N°4 ÁREA VERDE COMPLEMENTARIA
	U AVPC	USO DE SUELO ÁREA VERDE PÚBLICA COMUNAL
		LÍNEA DE AFECTACIÓN A UTILIDAD PÚBLICA
		VIALIDAD PROYECTADA
		TRAMO RESERVA FAJA VIAL EN EL SUBSUELO

EDIFICACIÓN LOS COBRES DE VITACURA

E-Am5

EDIFICACIÓN AISLADA MEDIA N 5 °

Subdiv. mínima M ²	Coef. const.	Coef. ocup. suelo	coef. área libre	Rasante	Altura Máxima	Ante-jardín	Distancia- miento	Adosa- miento	Dens. neta máxima
Existente	0.80	0.40	-----	60°	2 pisos 8.5 m ²	5 mt	Ord. Gen	Ord. Gen	20 viv. / há

-Los subterráneos podrán ocupar hasta el 40% del terreno para bodega y estacionamientos mas circulación

+ Se permite realizar proyectos de densificación según:

Subdiv. mínima M ²	Coef. const.	Coef. ocup. suelo	coef. área libre	Rasante	Altura Máxima	Ante-jardín	Distancia- miento	Adosa- miento	Dens. neta máxima
1200	1.6	0.30	0,4	70°	7 pisos 24.5 m ²	7 mt	6 mt	no se permite	200 viv. / há

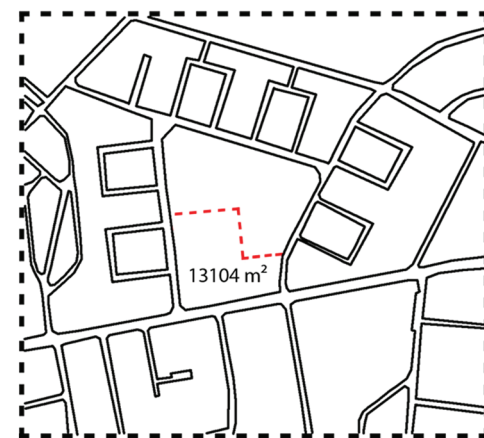
-El área libre deberá ubicarse a nivel de terreno natural.

-Los subterráneos podrán ocupar hasta el 80% del terreno para bodega y estacionamientos mas circulación.
-NO se permite uso residencial en primer piso.

USO DE SUELO LOS COBRES DE VITACURA

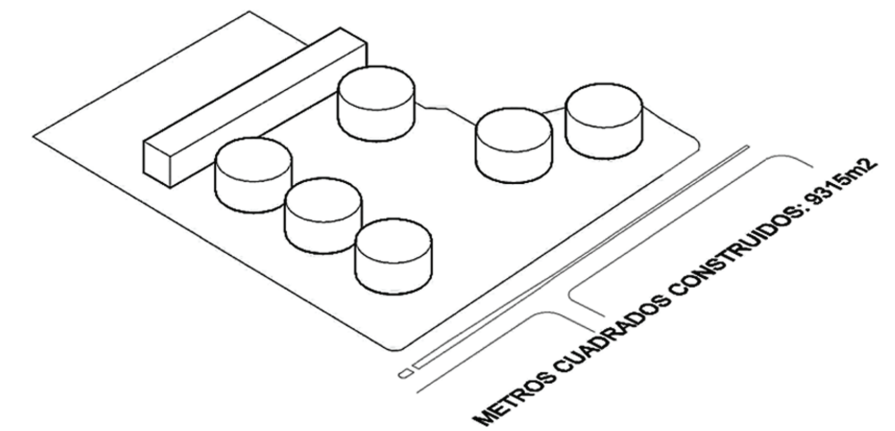
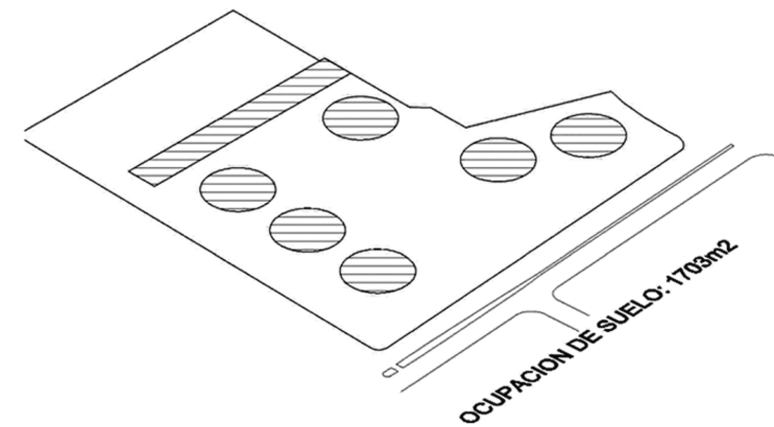
U Ee1 USO DE SUELO: EQUIPAMIENTO ESPECIAL N 1 °

- CARÁCTER: EQUIPAMIENTO ESPECIAL
- TIPO DE USO: COMUNAL
- CARACTER: COMERCIO

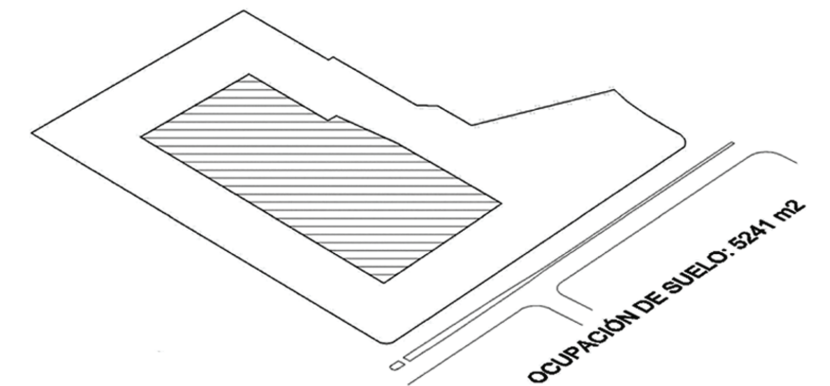
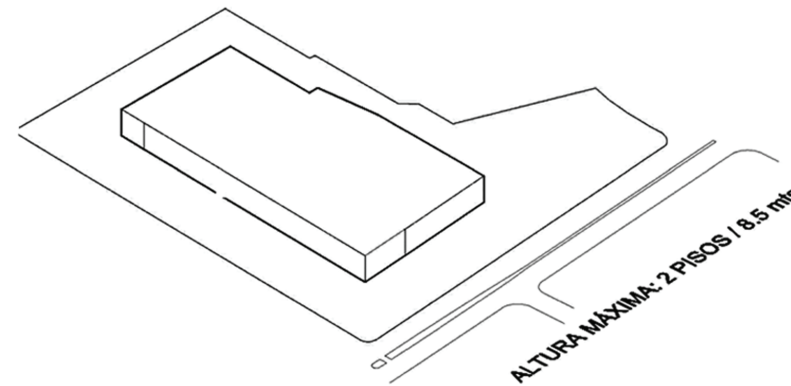


NORMATIVAS ACTUALES

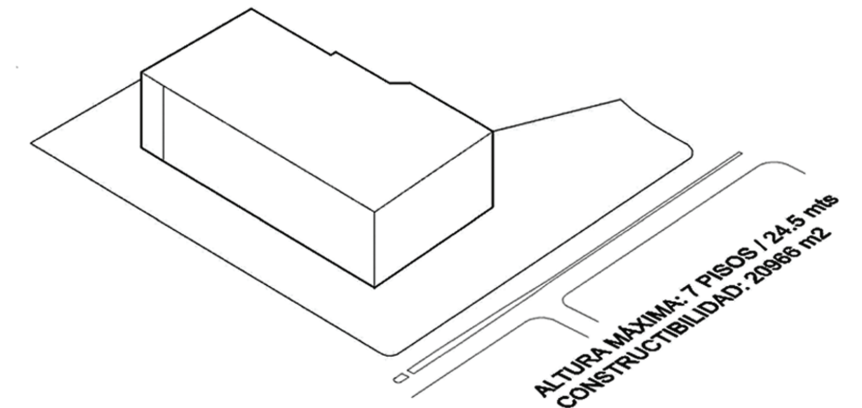
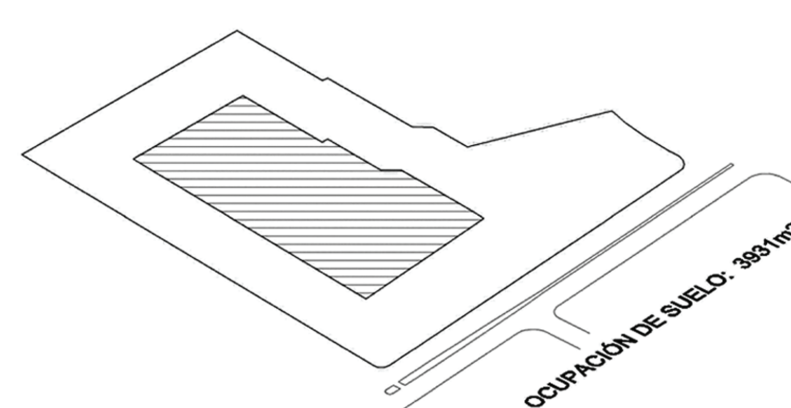
CARACTERÍSTICAS NORMATIVAS



NORMATIVAS SEGÚN PLAN REGULADOR



DENSIFICACIÓN SEGÚN PLAN REGULADOR



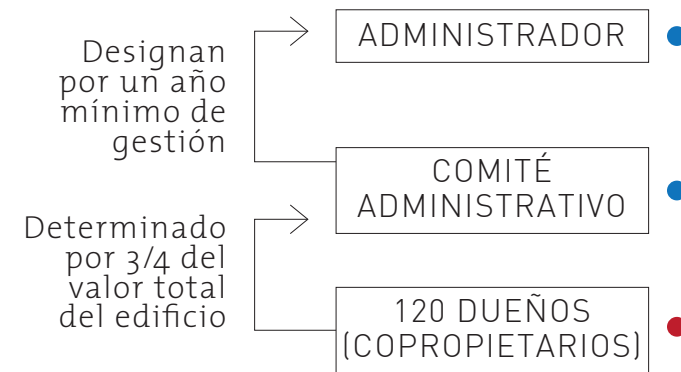
02 COMPONENTES ARQUITECTÓNICOS.

El Centro Comercial Los Cobres de Vitacura se rige bajo la Ley 6.071 / DE VENTA POR PISO (Año 1937)

Acorde a esta ley, el Centro Comercial cuenta con 120 dueños, a los que les corresponde en exclusividad su respectivo local comercial y, en conjunto, las áreas de uso común (obra gruesa, instalaciones de agua, luz, alcantarillado, circulaciones y espacios comunes)

Los diversos pisos de un edificio y sus departamentos, podrán pertenecer a distintos propietarios.

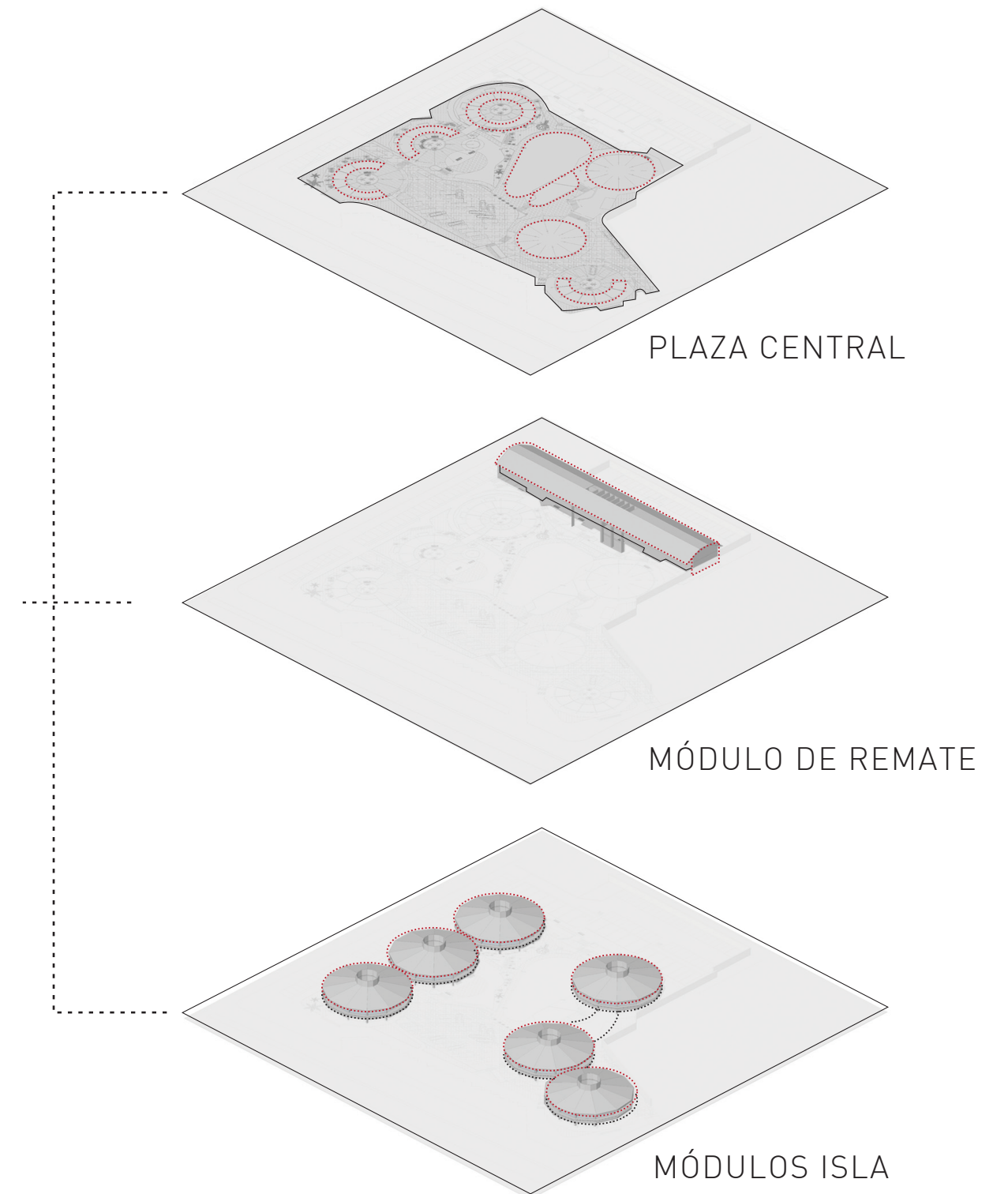
El derecho sobre los bienes comunes es proporcional al valor del piso de cada propietario.



- Áreas de dominio exclusivo
- Áreas de dominio en común

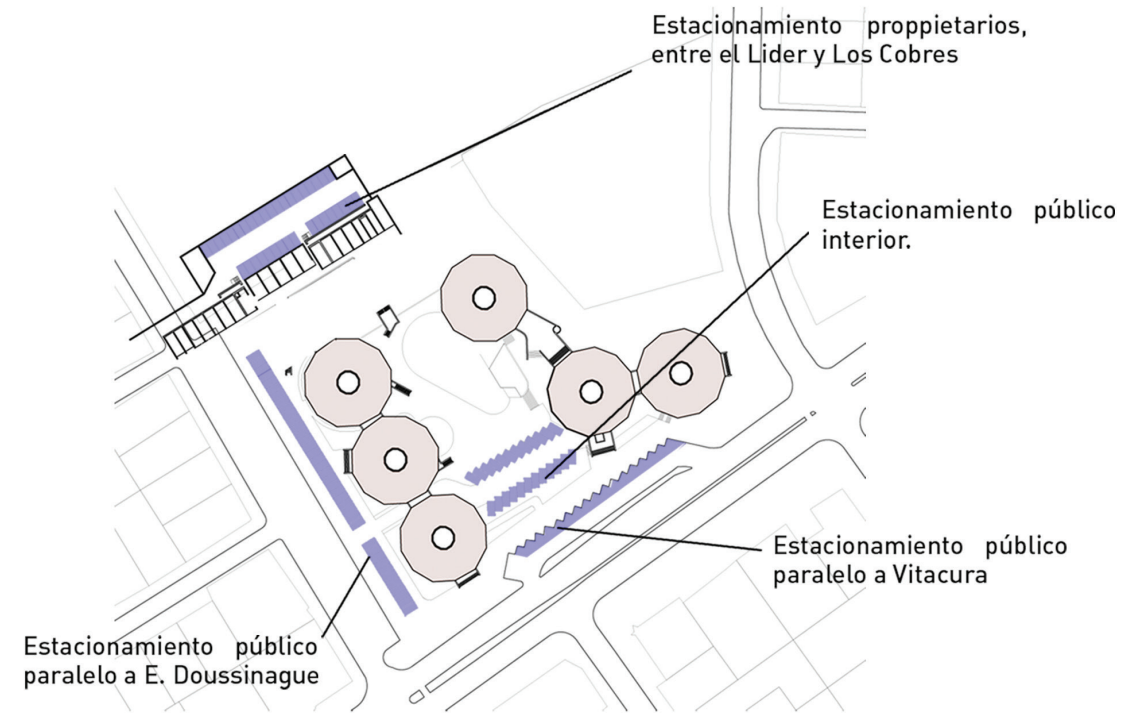
Ocupación de suelo actual: 1.703m²
 Ocupación de suelo máxima permitida: 5.241 m²
 Suelo en desuso: 3538 m²

3 COMPONENTES DE INTERVENCIÓN



- Áreas de dominio exclusivo
- Áreas de dominio común

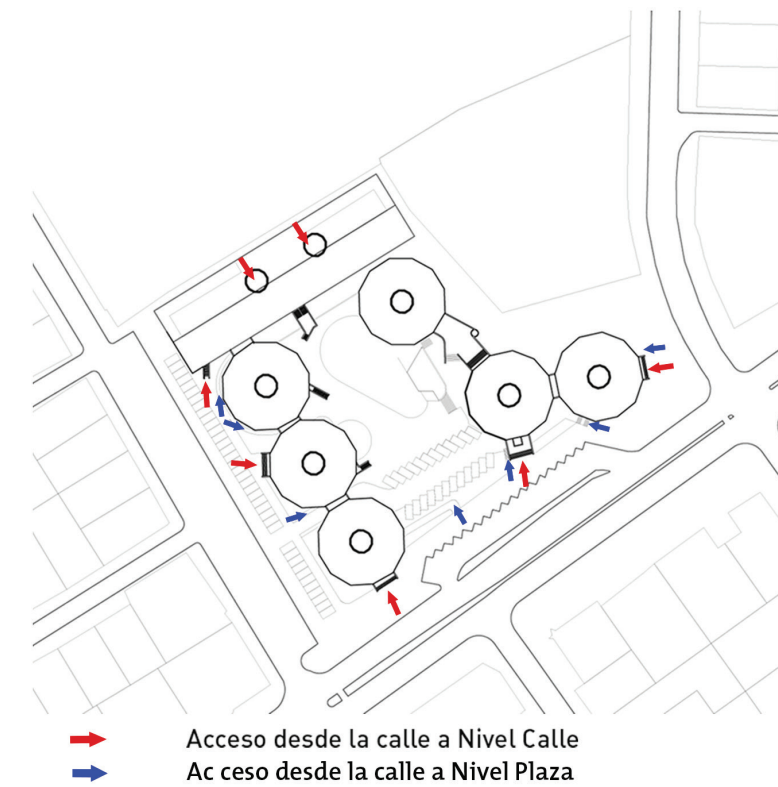
ESTACIONAMIENTOS



FLUJOS VEHICULARES



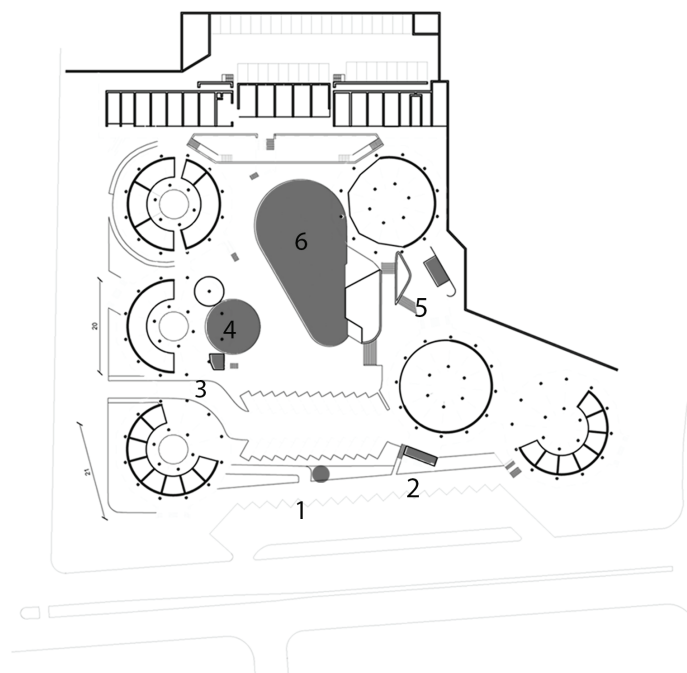
ACCESOS



VARIACIONES EN PLANTA NIVEL PLAZA

En los últimos 10 años, han ido apareciendo distintas construcciones en el nivel de la plaza, adaptándose a lugares residuales.

También se han agregado juegos infantiles y se ha techado la antigua pista de patinaje, para un futuro patio de comidas.



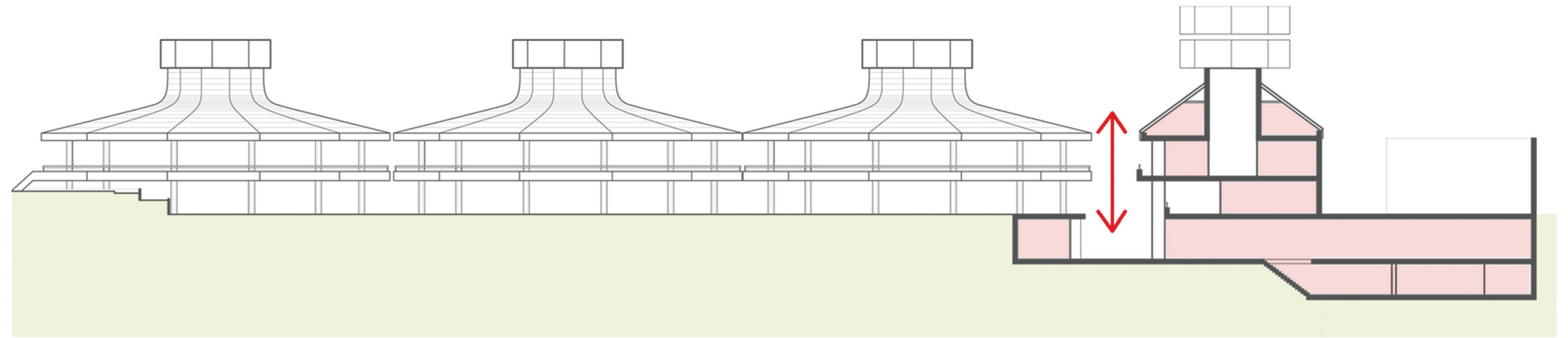
MÓDULO DE REMATE

_ SUBTERRÁNEO : 27 Locales

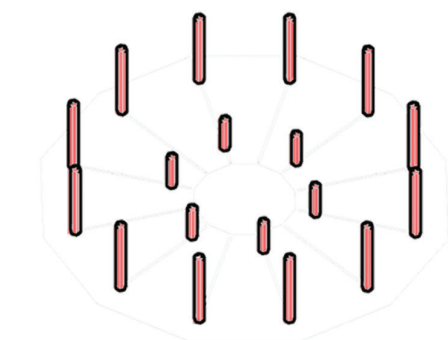
_ NIVEL PLAZA : 21 Locales

_ SEGUNDO NIVEL : 31 Locales

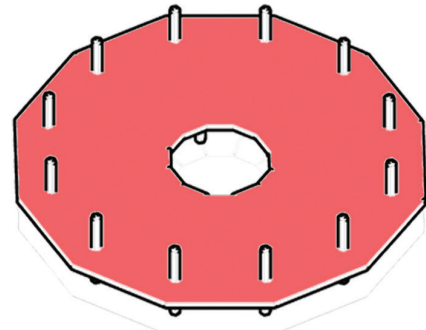
TOTAL : 79 LOCALES



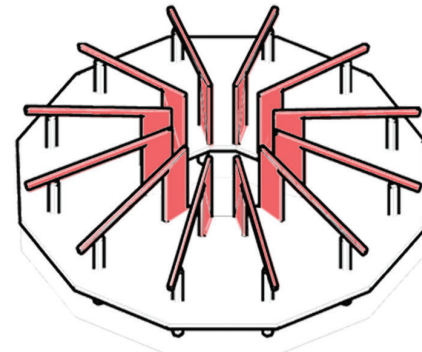
MÓDULOS ISLA



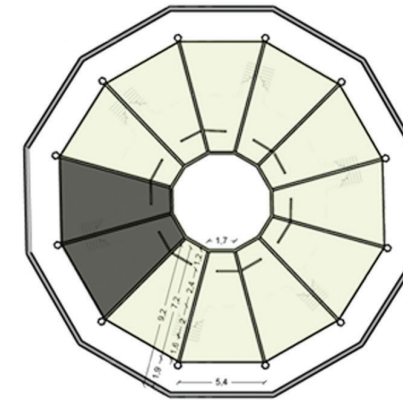
PILARES



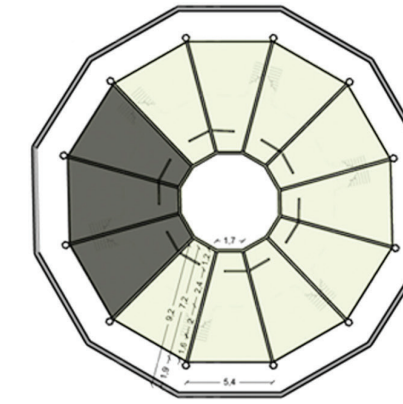
LOSA COLABORANTE



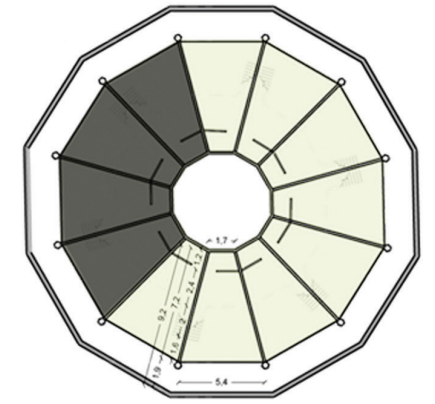
MARCO RIGIDO



2 tiendas



3 tiendas



4 tiendas

3 ELEMENTOS ESTRUCTURALES

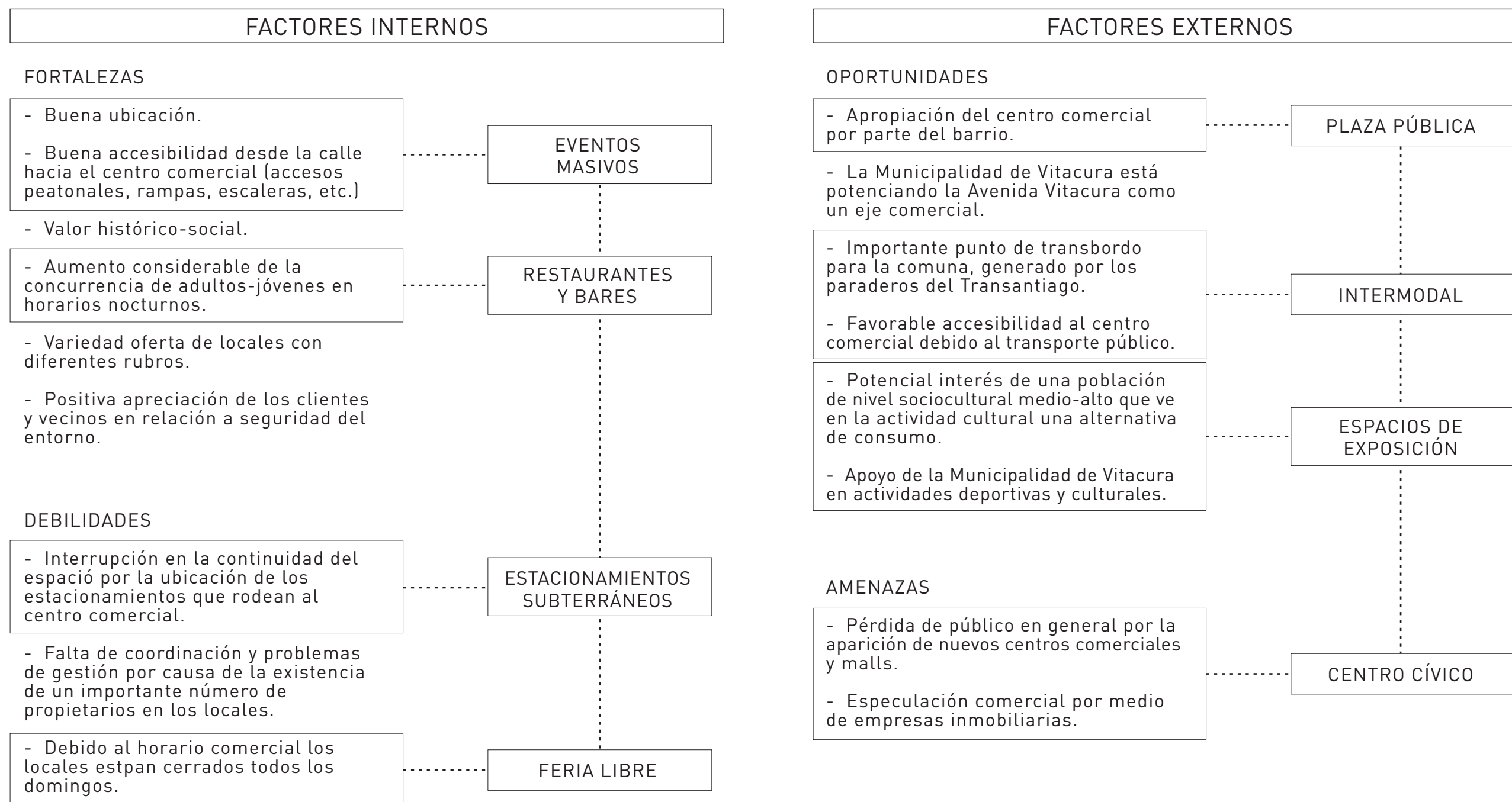
VARIACIONES EN EL MÓDULO
Acople de tiendas



CAPÍTULO 05

ESTRATEGIA
DE INTERVENCIÓN.

01 ANÁLISIS DE INTERVENCIÓN.

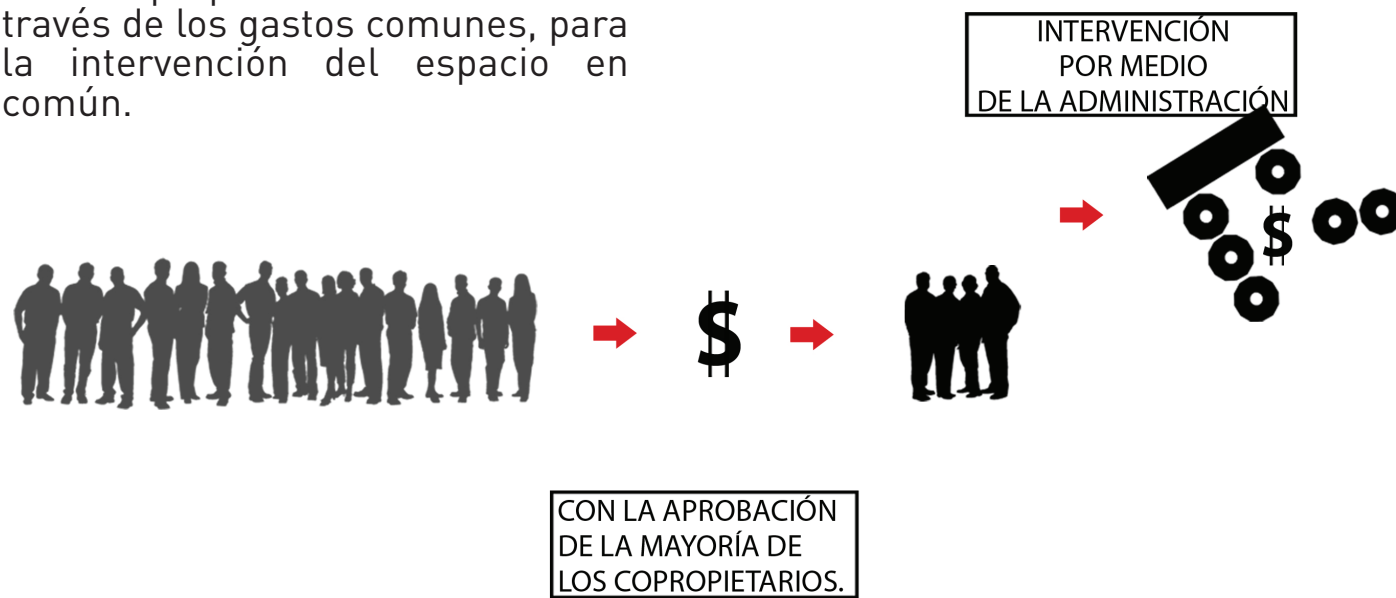


02_POSIBILIDADES DE GESTIÓN.

HIPÓTESIS 1

ASOCIACIÓN DE COPROPIETARIOS

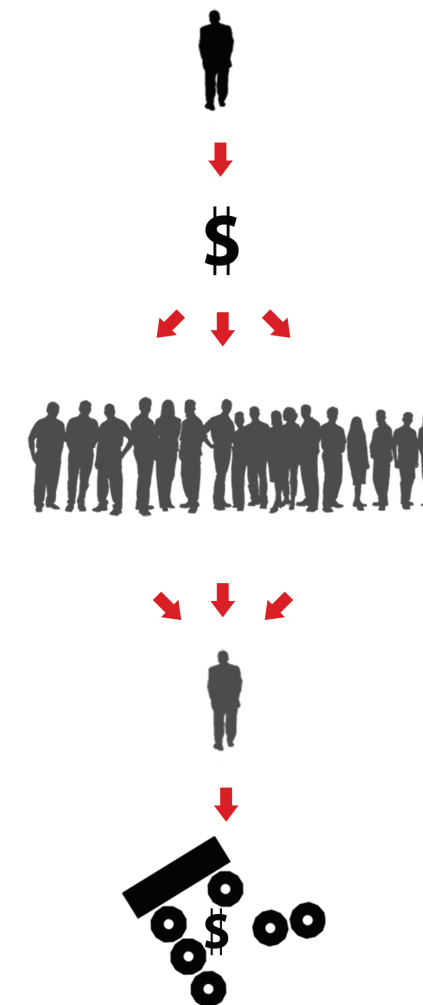
Los copropietarios invierten a través de los gastos comunes, para la intervención del espacio en común.



HIPÓTESIS 2

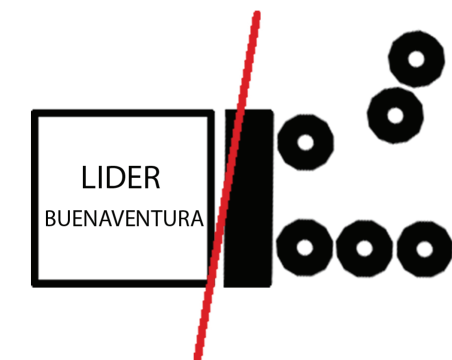
INVERSIONISTA INMOBILIARIO

El inversionista compra todas las propiedades y suma a Los Cobres de Vitacura dentro de un proyecto comercial.

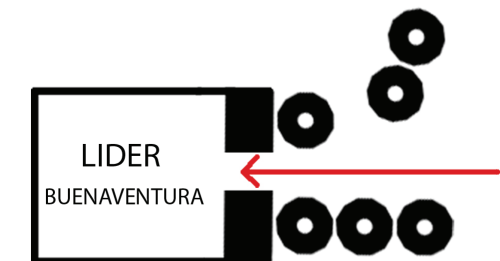


EJEMPLO: WALLMART

ACUTALMENTE DESVINCULADO



POSIBILIDAD:



CONFIGURACIÓN DE UN MEJOR ACCESO. ATRAVÉS DEL SHOPPING LOS COBRES

03_REFERENTES PROGRAMÁTICOS.

HIGH SQUARE

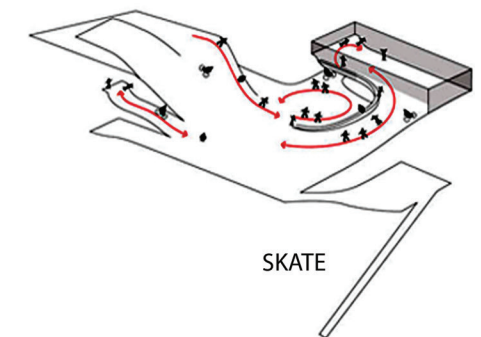
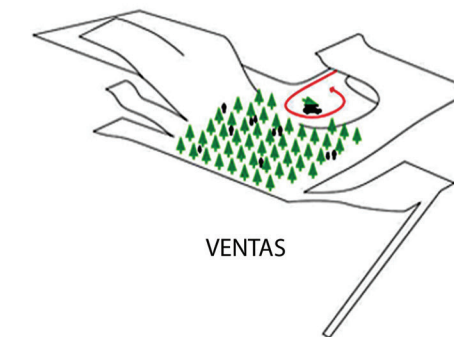
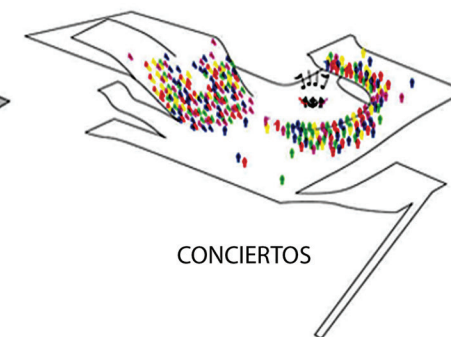
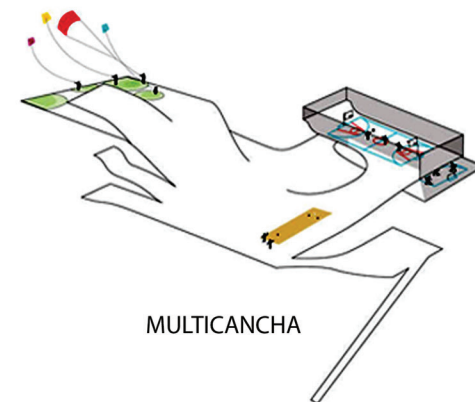
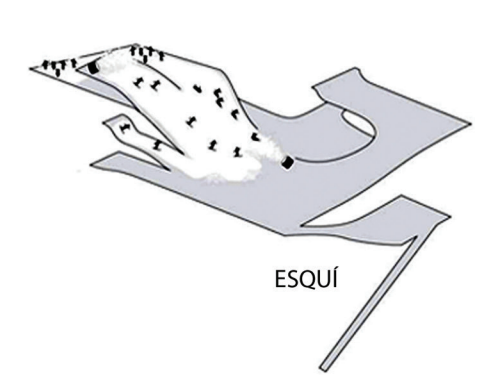
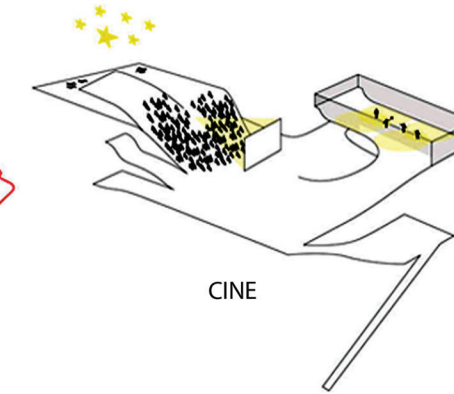
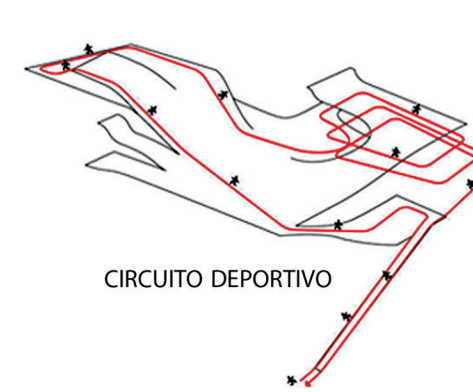
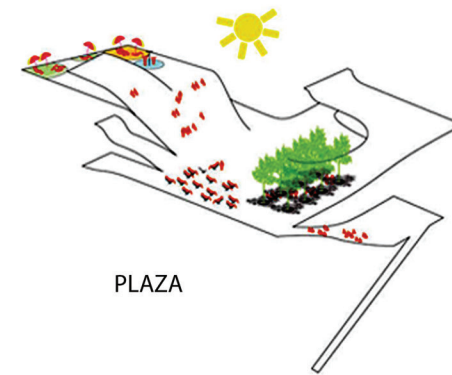
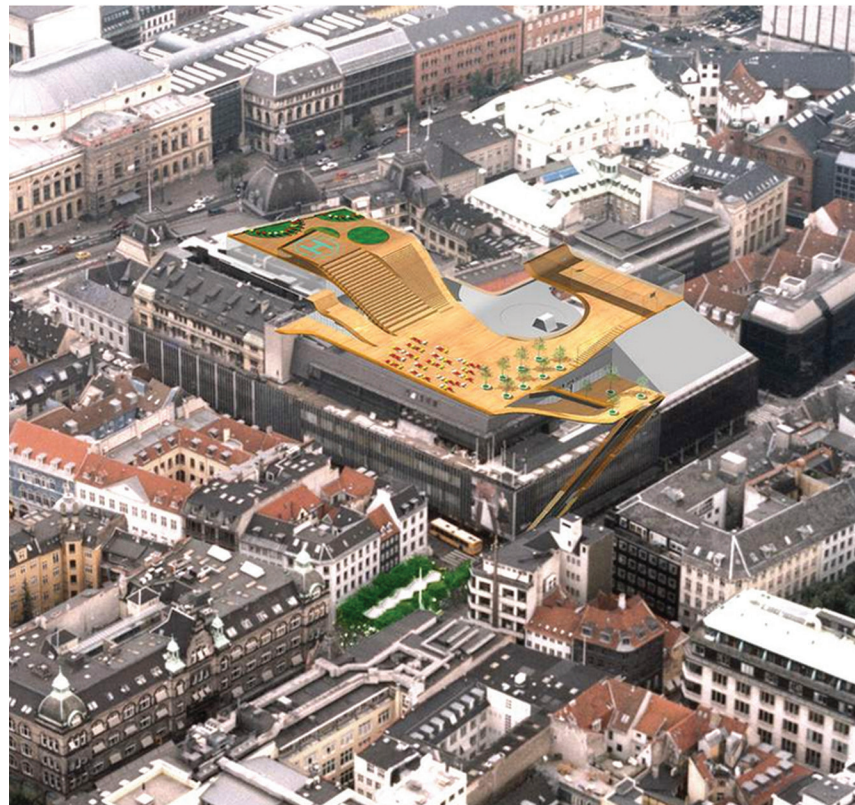
Arquitecto: Bjarke Ingels (BIG)

Año: 2003

Concurso: Inventado.

Clientes: Magasin du Nord – Copenhagen City Council.

Ubicación: Copenhagen, Dinamarca.



METROPOL PARASOL

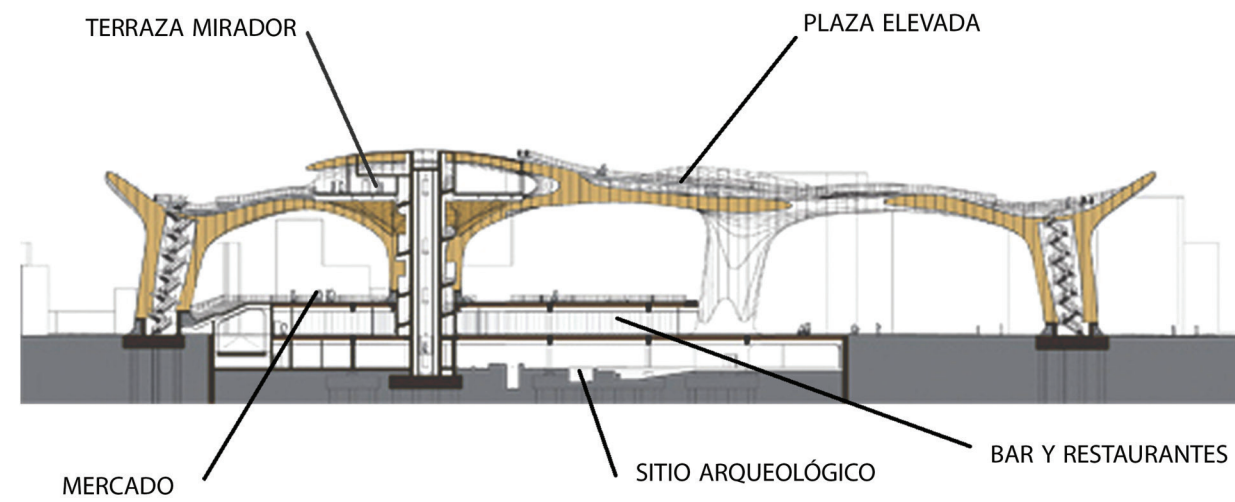
Arquitecto: Jurgen Mayer.

Año: 2005 – 2010

Concurso: Remodelación Plaza de La Encarnación.

Cliente: Ayuntamiento de Sevilla.

Ubicación: Sevilla, España.

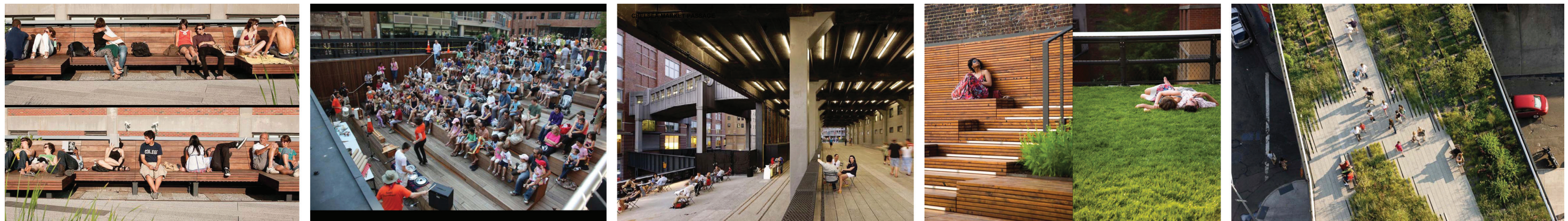


THE HIGH LINE

Arquitectos: James Corner Field Operations junto a Diller Scofidio + Renfro

Año: 2009

Ubicación: Nueva York, EEUU.



04_NIVELES DE INTERVENCIÓN.

ESTRATEGIA

CENTRO MULTI-PROGRAMÁTICO

QUÉ

Repotenciar del Centro Comercial Los Cobres de Vitacura, mediante la reconversión de sus espacios públicos.

CÓMO

_Aprovechando el subterráneo para estacionamiento y programas complementarios.

_Liberando el espacio no utilizado, a nivel de plaza y calle.

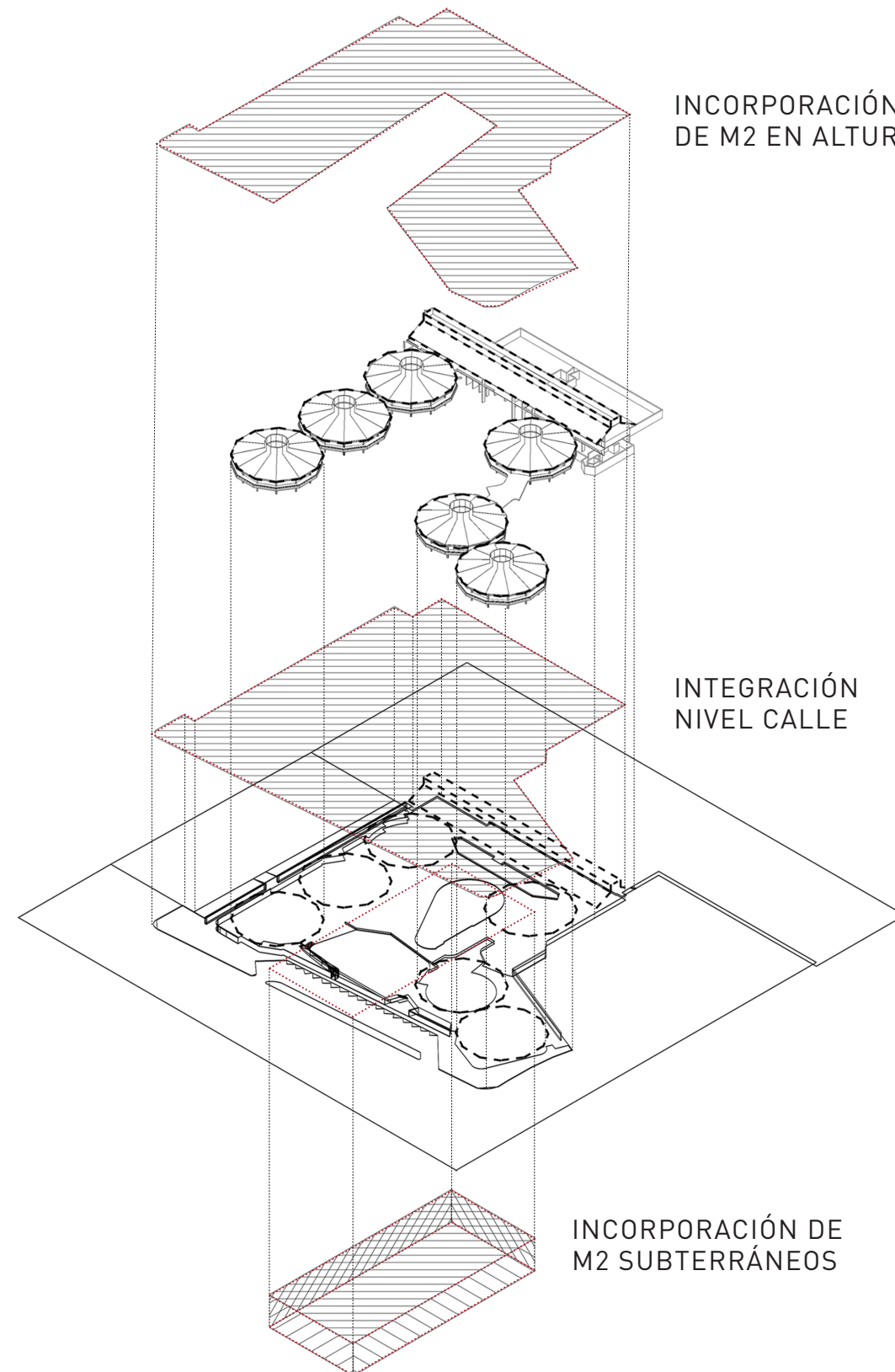
_Mejorando la accesibilidad del Centro Comercial desde sus bordes.

_Convirtiendo la plaza en un soporte multi-programático.

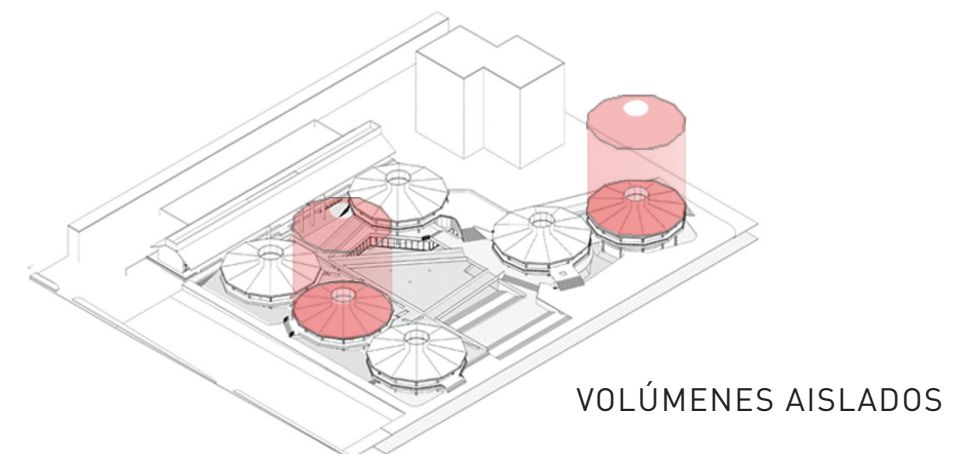
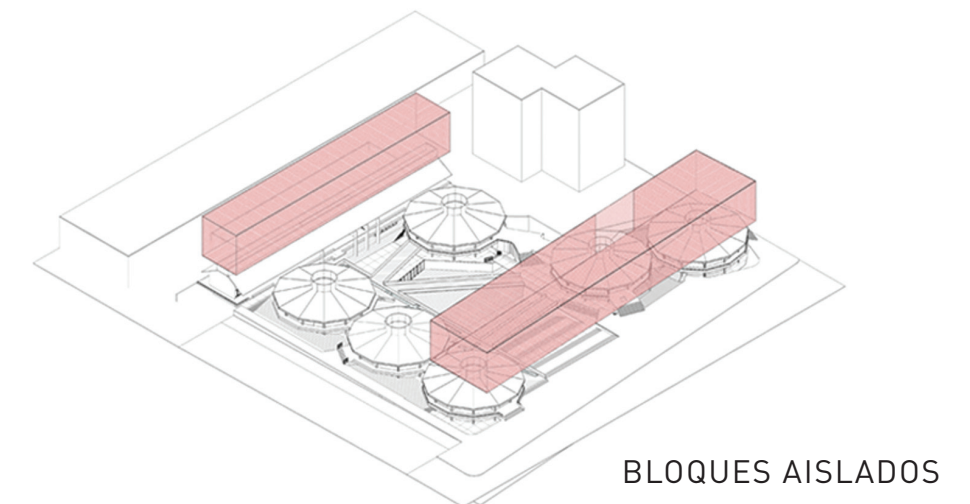
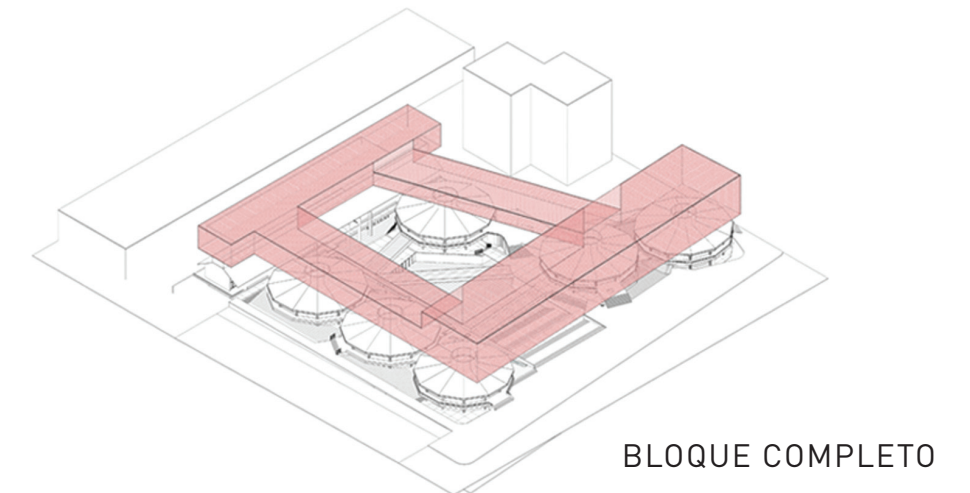
_Interviniendo los espacios públicos del Centro Comercial.

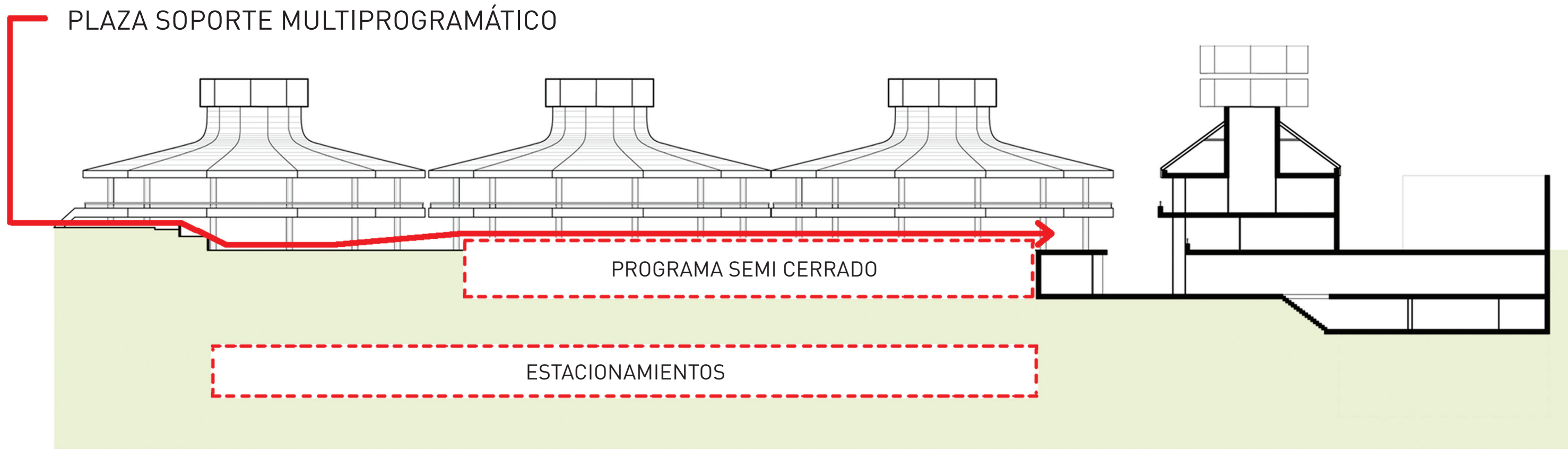
_Integrando programas, con nuevas ofertas de consumo, que complementen el comercio actual.

_Generando un nuevo espacio público en altura, complementado con programas de esparcimiento y oficinas.



POSIBILIDADES DE DENSIFICACIÓN EN ALTURA:
MÁX. 7 PISOS / 24,3MTS.





SEGÚN LAS ENCUESTAS

La gente considera como “muy importante” o “importante:

- _ Desarrollo de áreas verdes
- _ Plaza abierta
- _ Bar, restaurantes, delivery
- _ Entretenimiento para niños

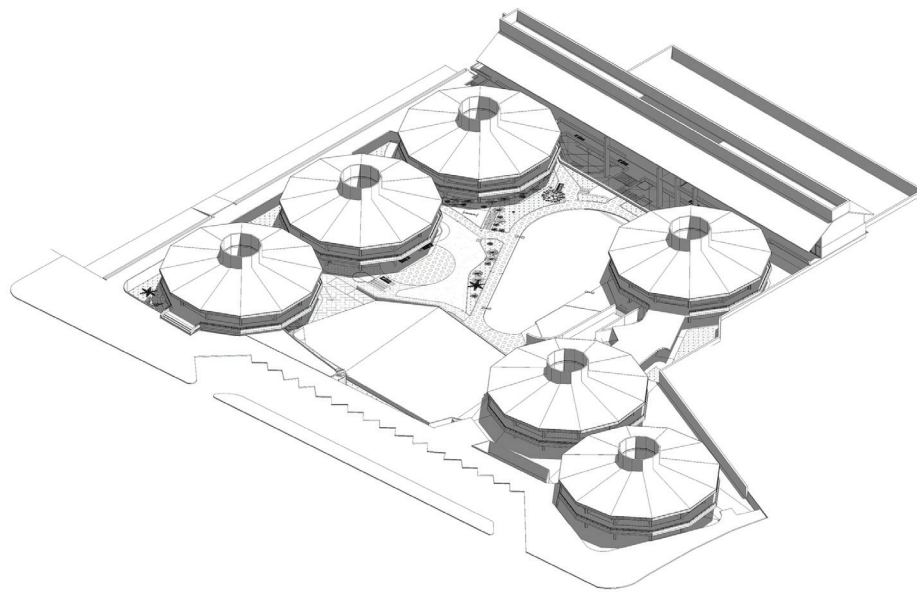
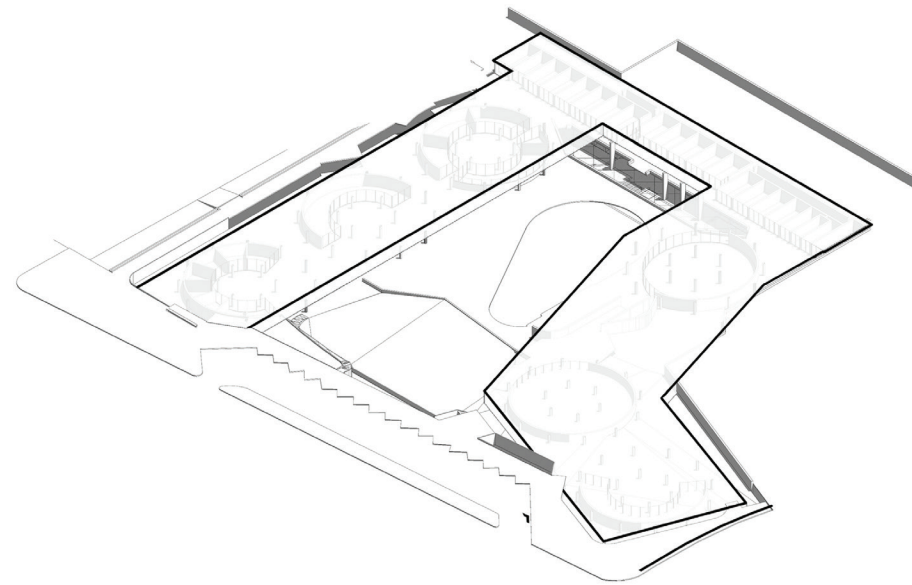
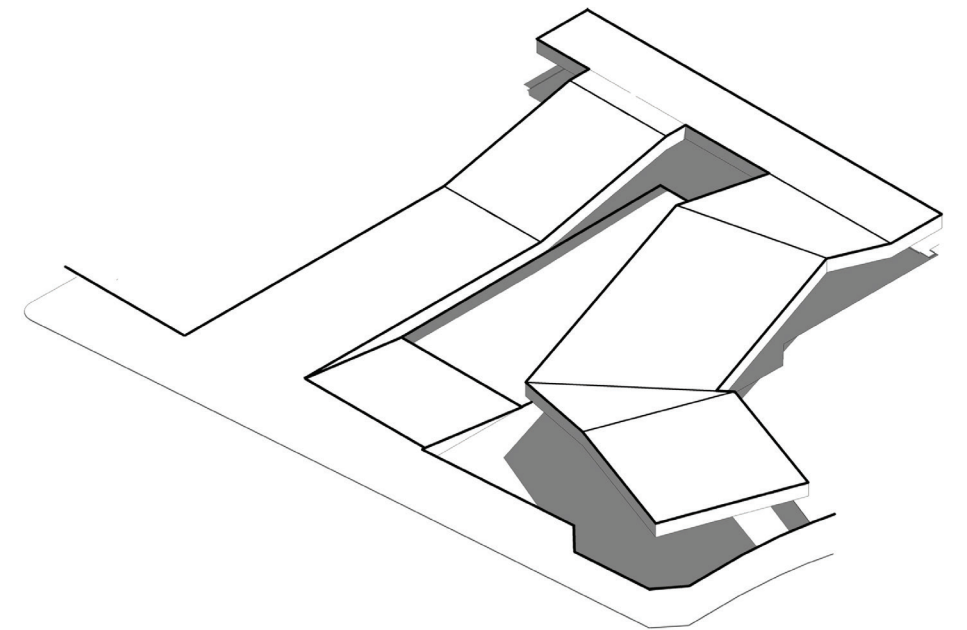
ESTACIONAMIENTOS Y PROGRAMA SUBTERRÁNEO SEGÚN NORMATIVA:

- _ 40% Superficie del terreno
- _ 80% Aplicando densificación

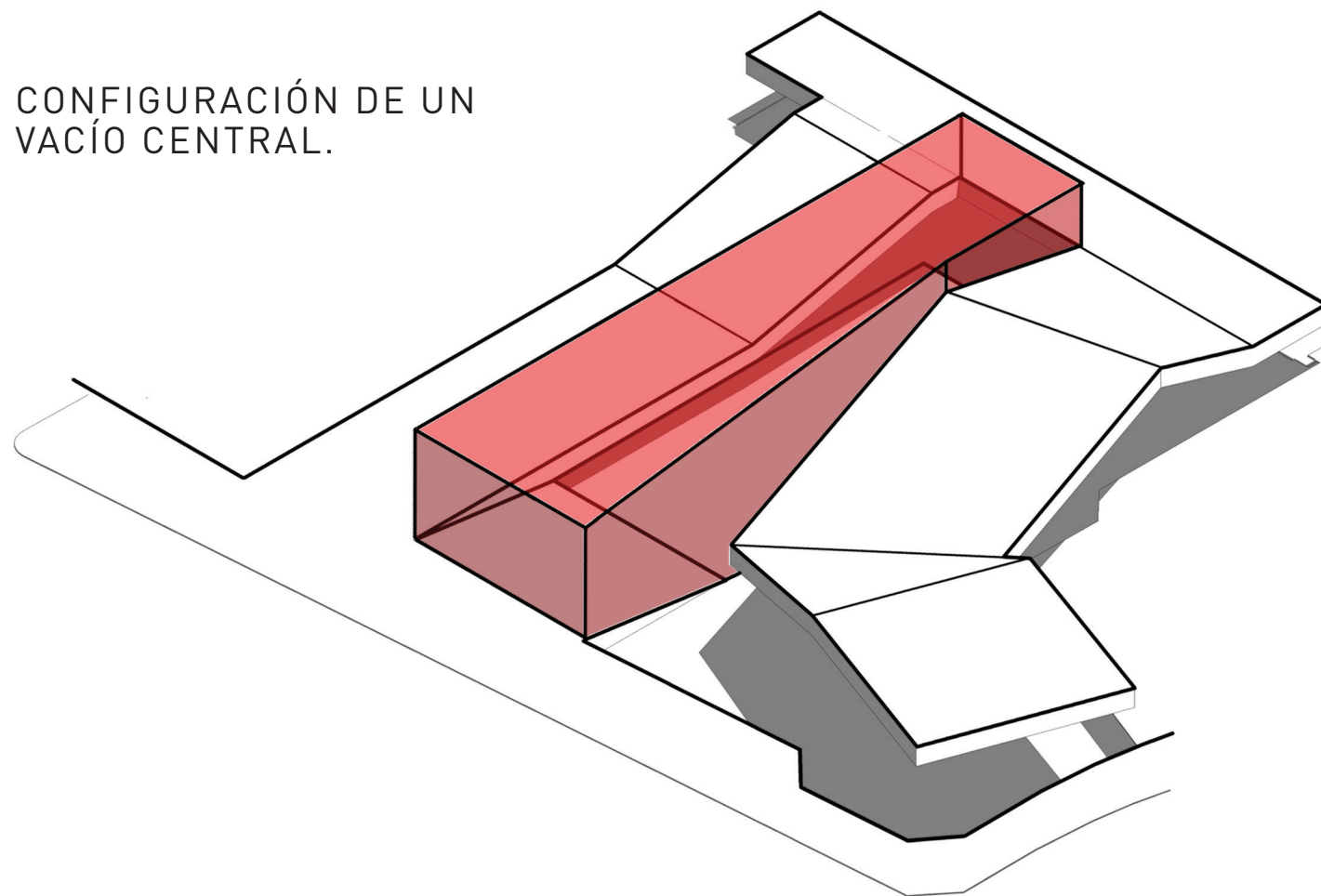
<p>OCUPACIÓN DE SUELO ACTUAL: _ 1.703 m²</p> <p>OCUPACIÓN DE SUELO MÁXIMA PERMITIDA: _ 5.241 m²</p> <p>SUELO EN DESUSO: _ 3.538 m²</p>



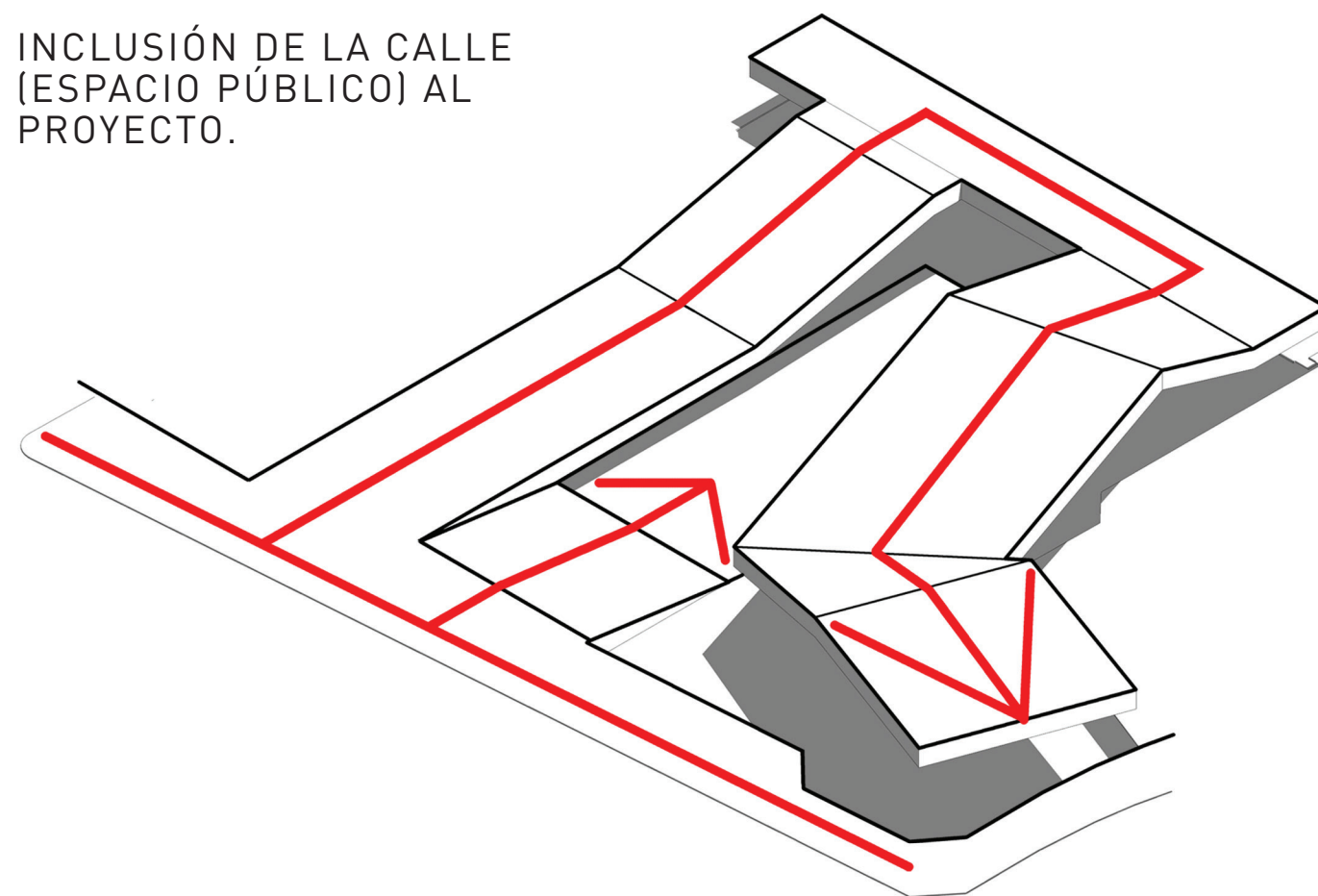
LOS COBRES ACTUAL.

CIRCULACIÓN ACTUAL
A NIVEL DE LA CALLE.PROLONGACIÓN DE LA
CIRCULACIÓN DE MANERA
ASCENDENTE DENTRO
DEL PROYECTO.

CONFIGURACIÓN DE UN VACÍO CENTRAL.

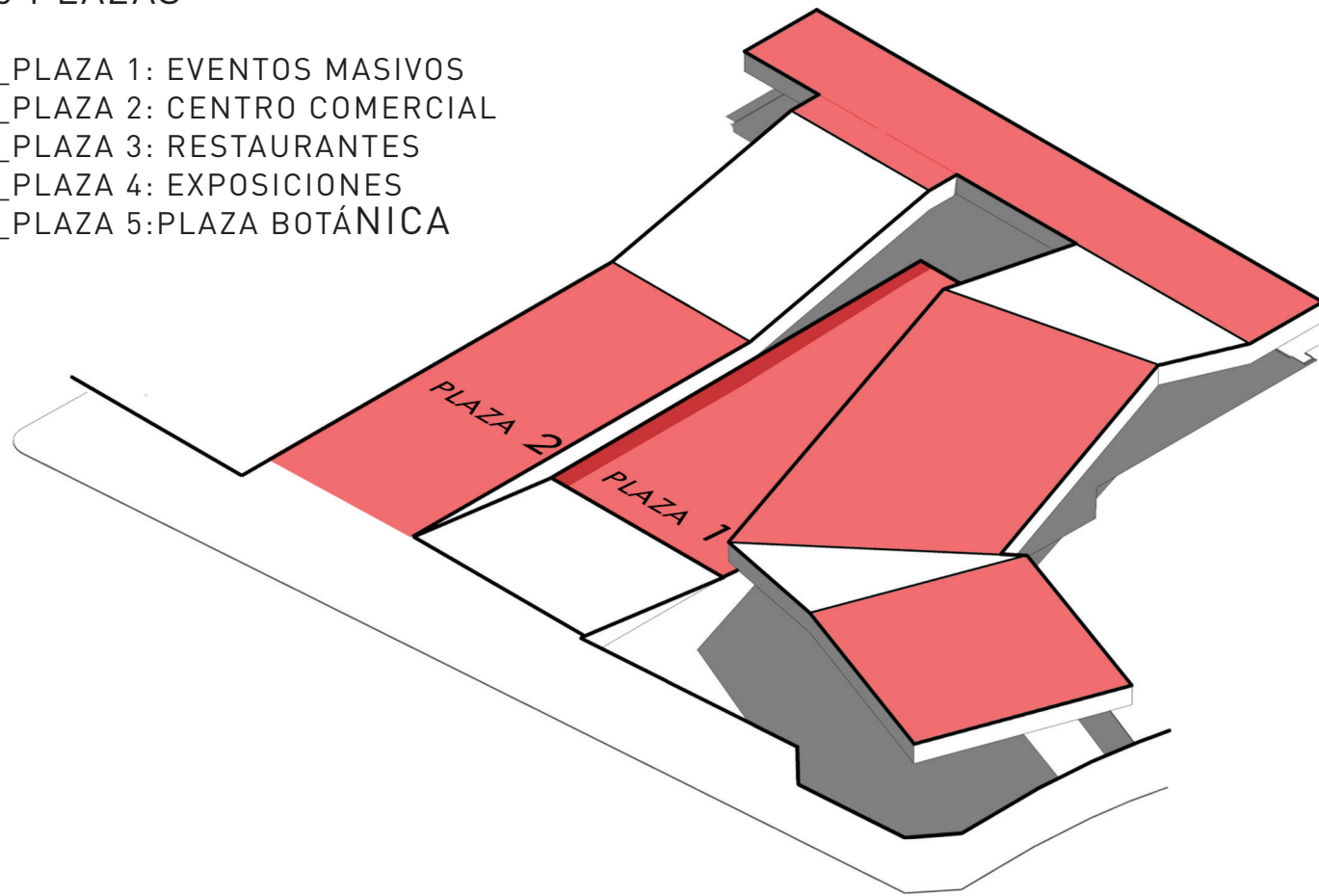


INCLUSIÓN DE LA CALLE (ESPACIO PÚBLICO) AL PROYECTO.

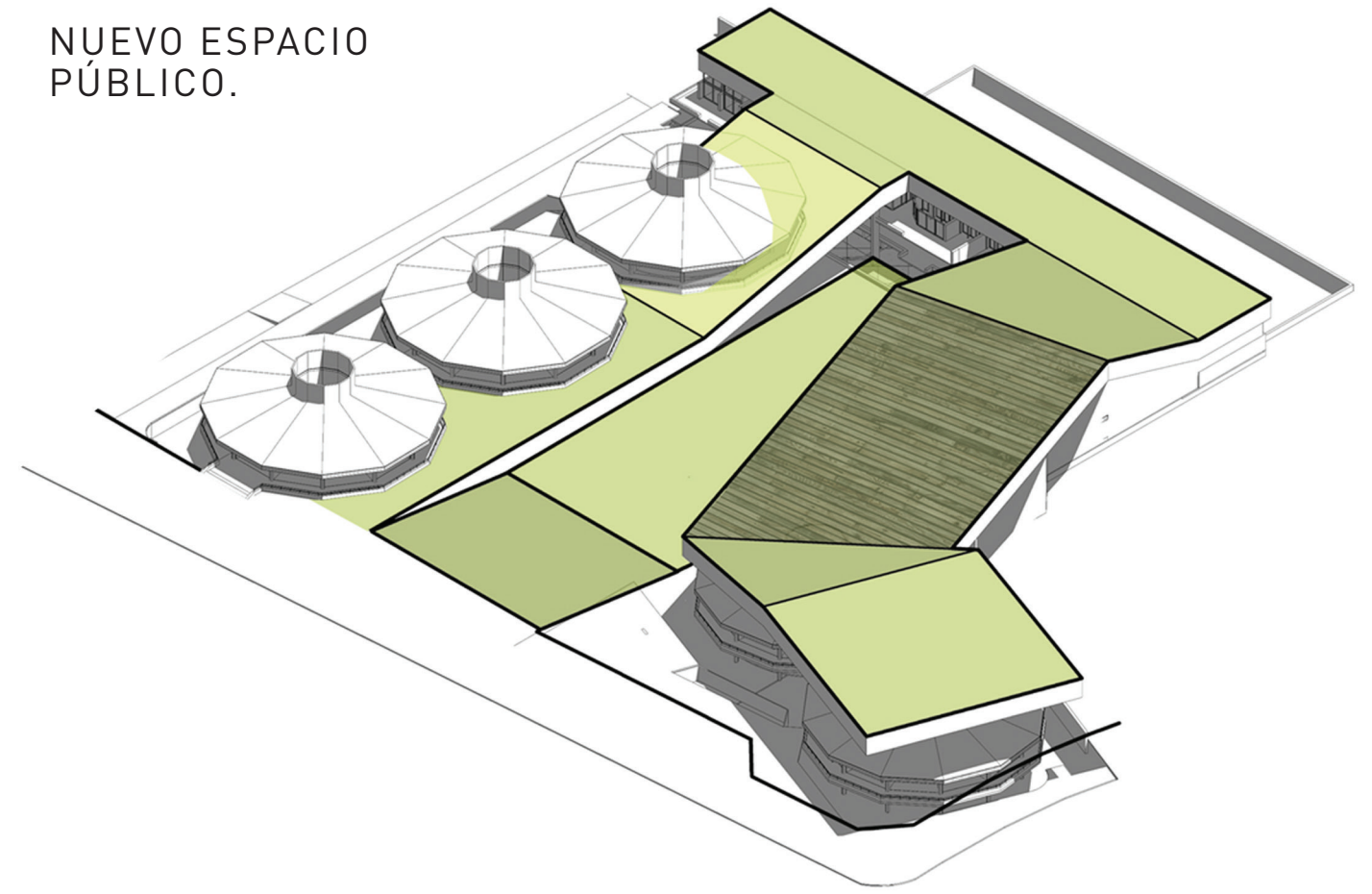


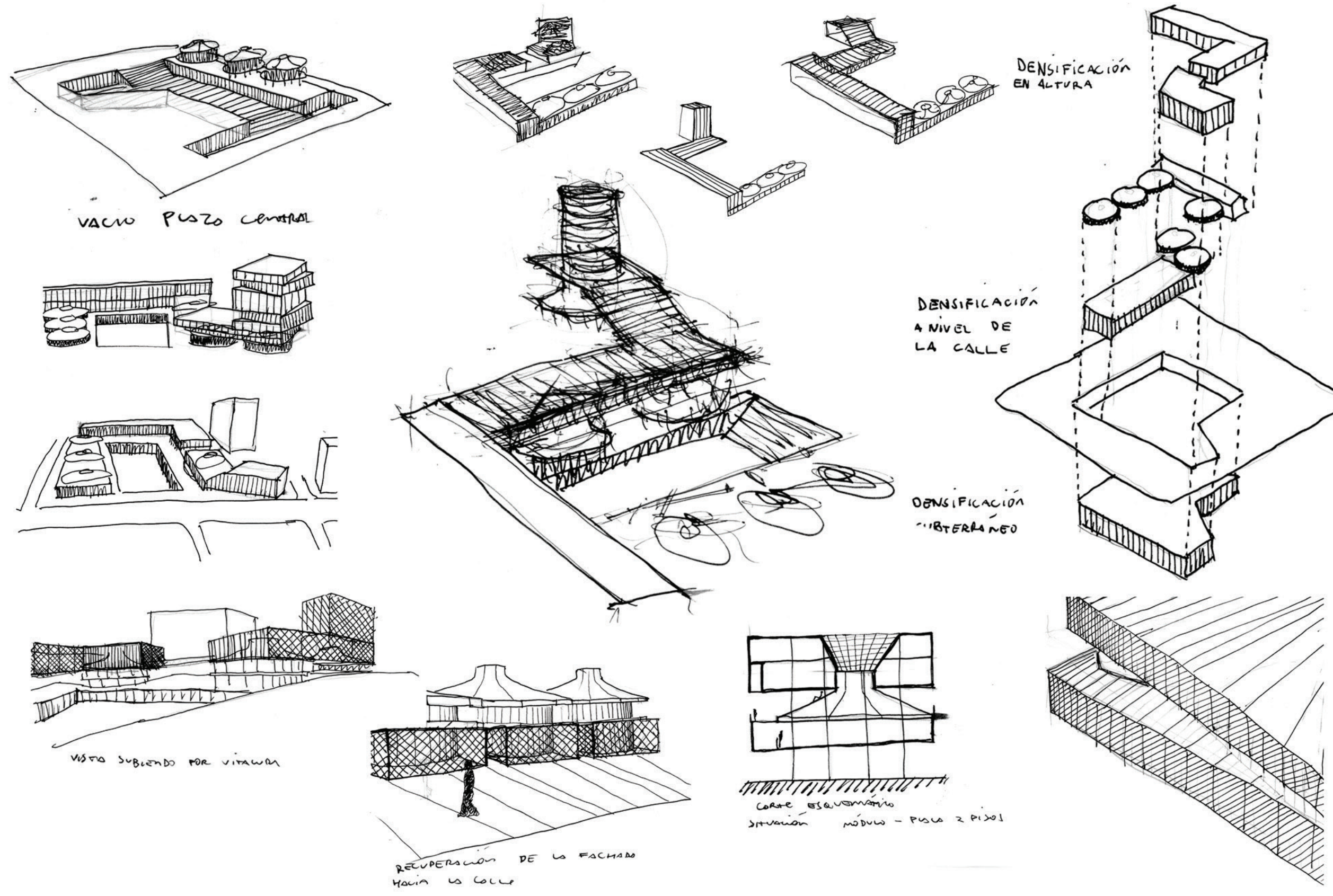
5 PLAZAS

- _PLAZA 1: EVENTOS MASIVOS
- _PLAZA 2: CENTRO COMERCIAL
- _PLAZA 3: RESTAURANTES
- _PLAZA 4: EXPOSICIONES
- _PLAZA 5: PLAZA BOTÁNICA



NUEVO ESPACIO PÚBLICO.





VACIO PISO CENTRAL

DENSIFICACIÓN EN ALTURA

DENSIFICACIÓN A NIVEL DE LA CALLE

DENSIFICACIÓN SUBTERRANEO

VISTA SUBIENDO POR VITACURA

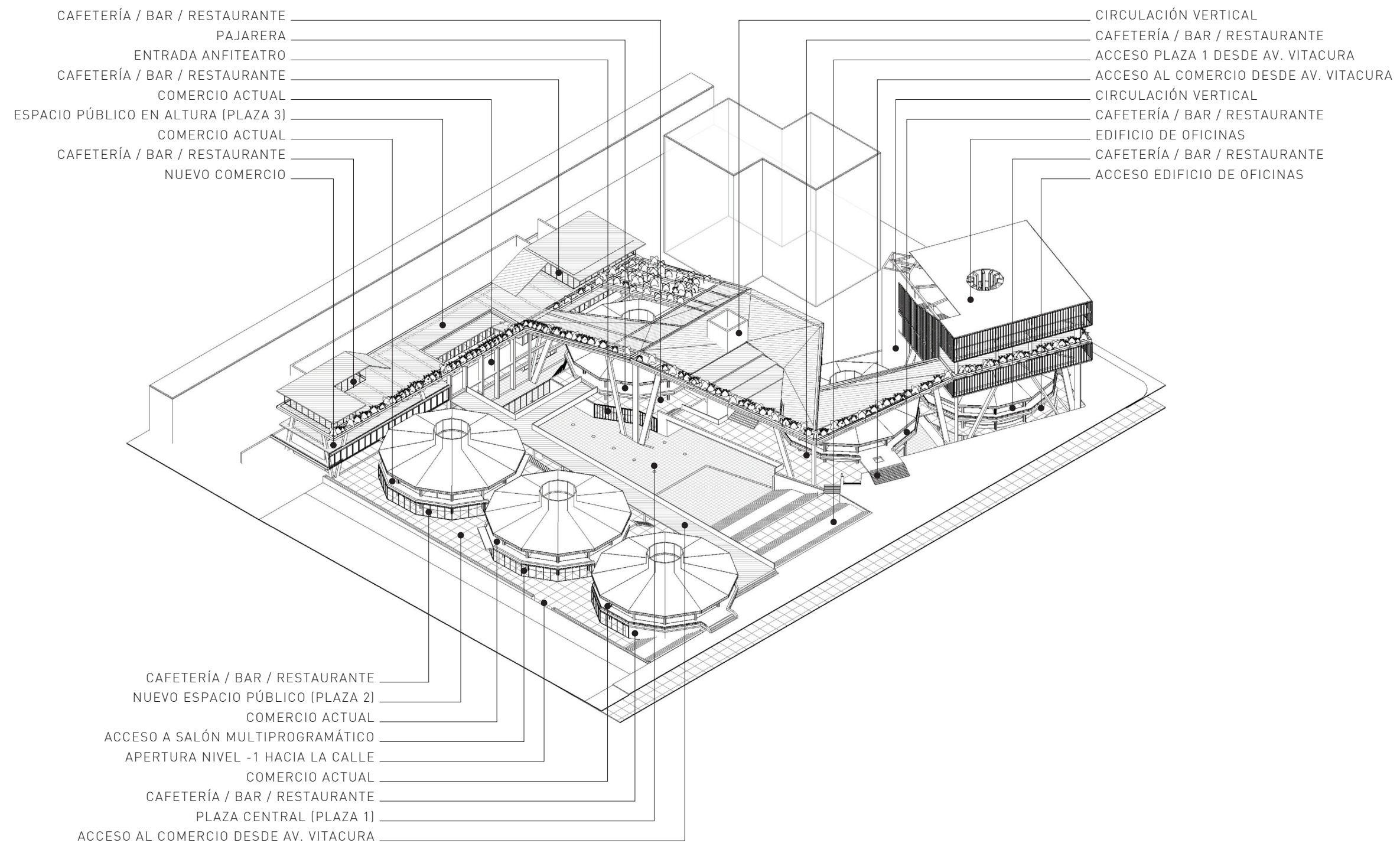
RECUPERACION DE LA FACHADA HACIA LA CALLE

Corte esquemático situación módulo - PISO 2 PISOS

CAPÍTULO 06

PRESENTACIÓN
DEL PROGRAMA.

01_ORGANIZACIÓN DE NUEVA PROGRAMACIÓN.



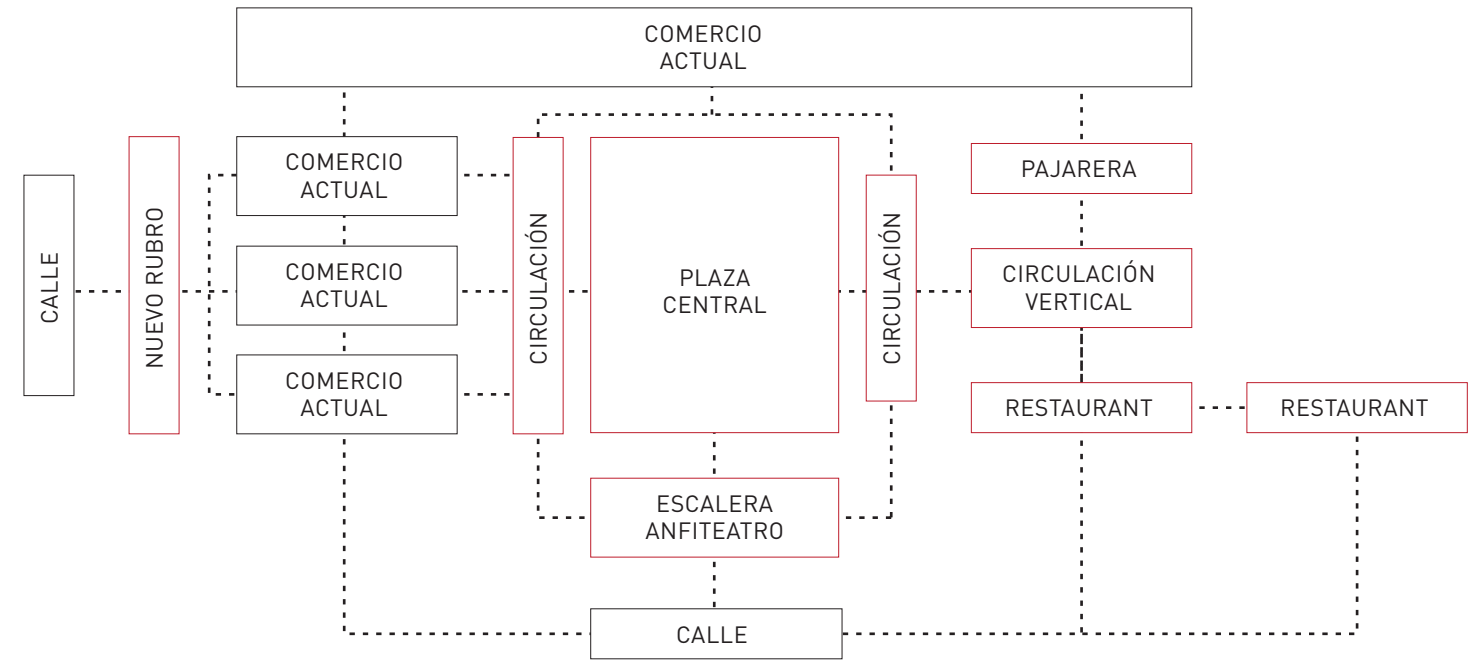
02_RELACIONES PROGRAMÁTICAS POR PLANTA.

POR PLANTA

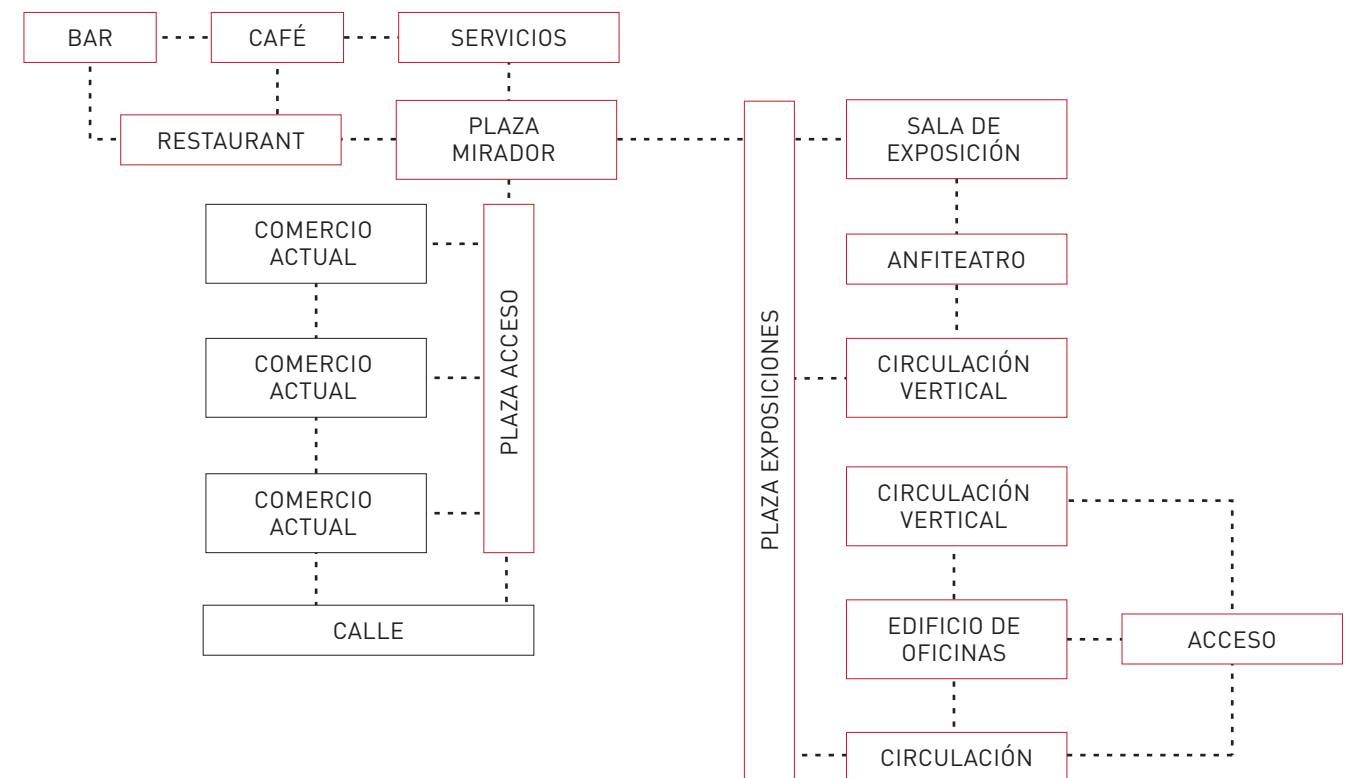
PROGRAMA ENTERRADO



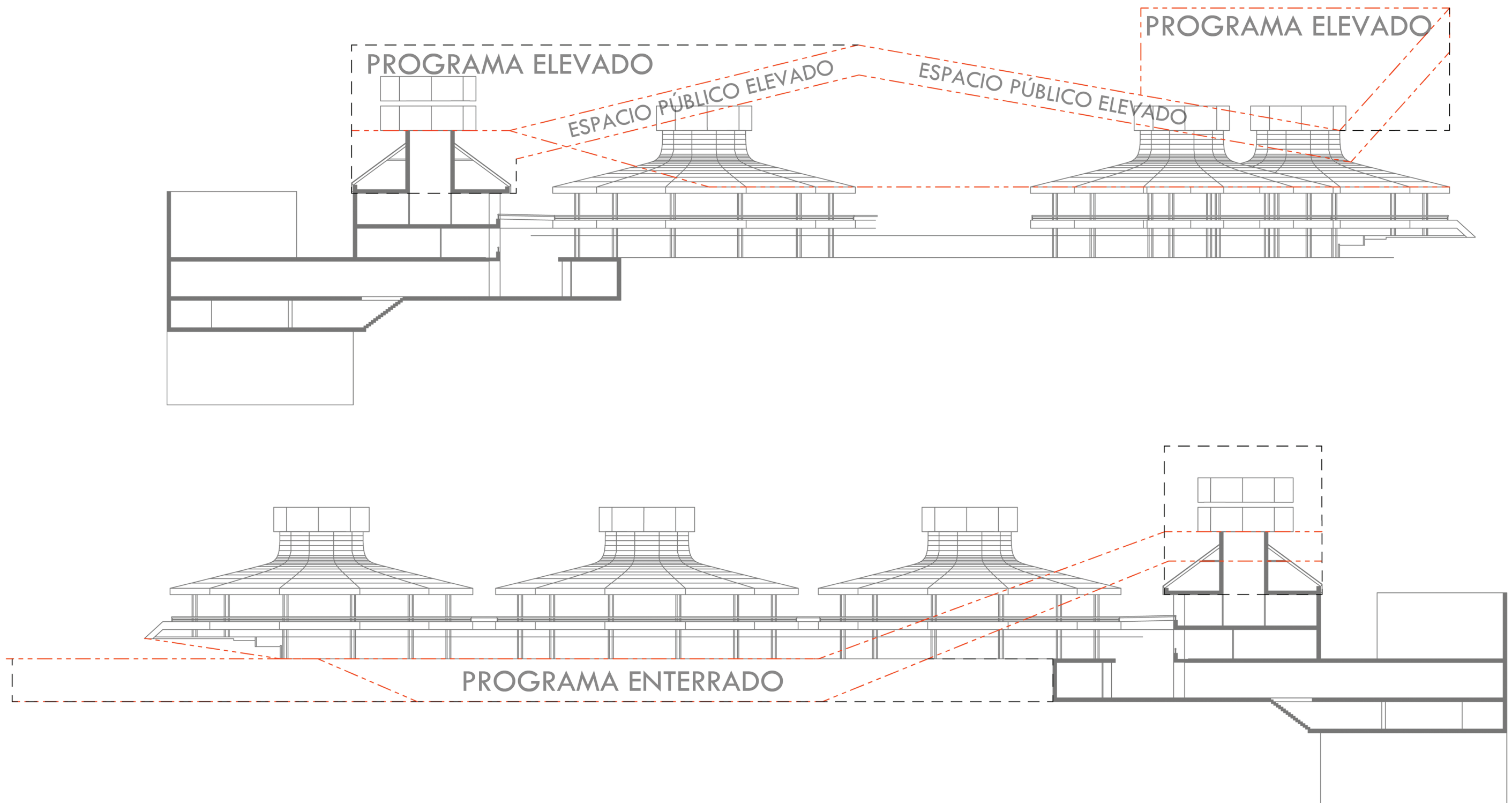
PROGRAMA NIVEL CALLE



PROGRAMA ELEVADO



POR CORTE

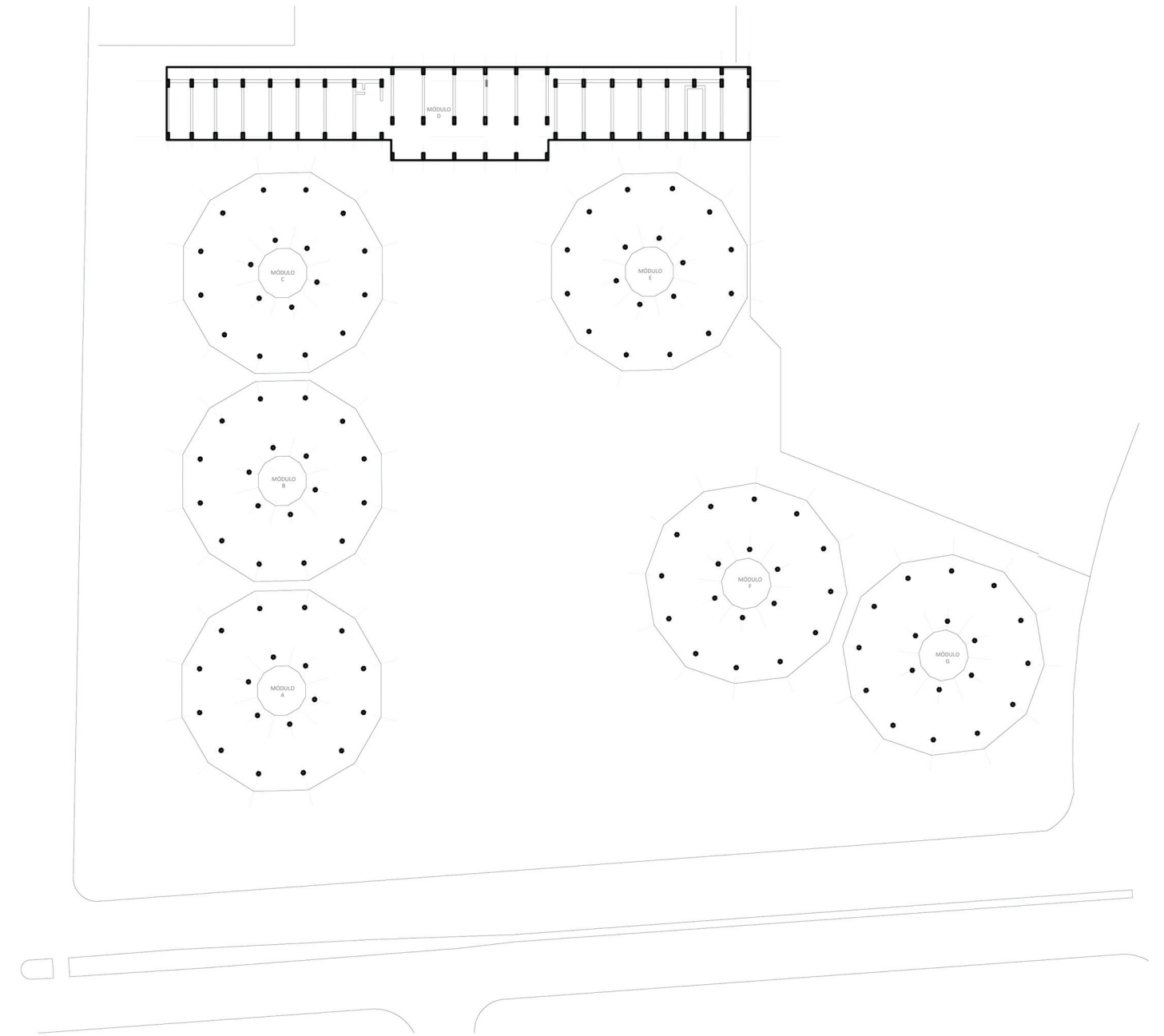
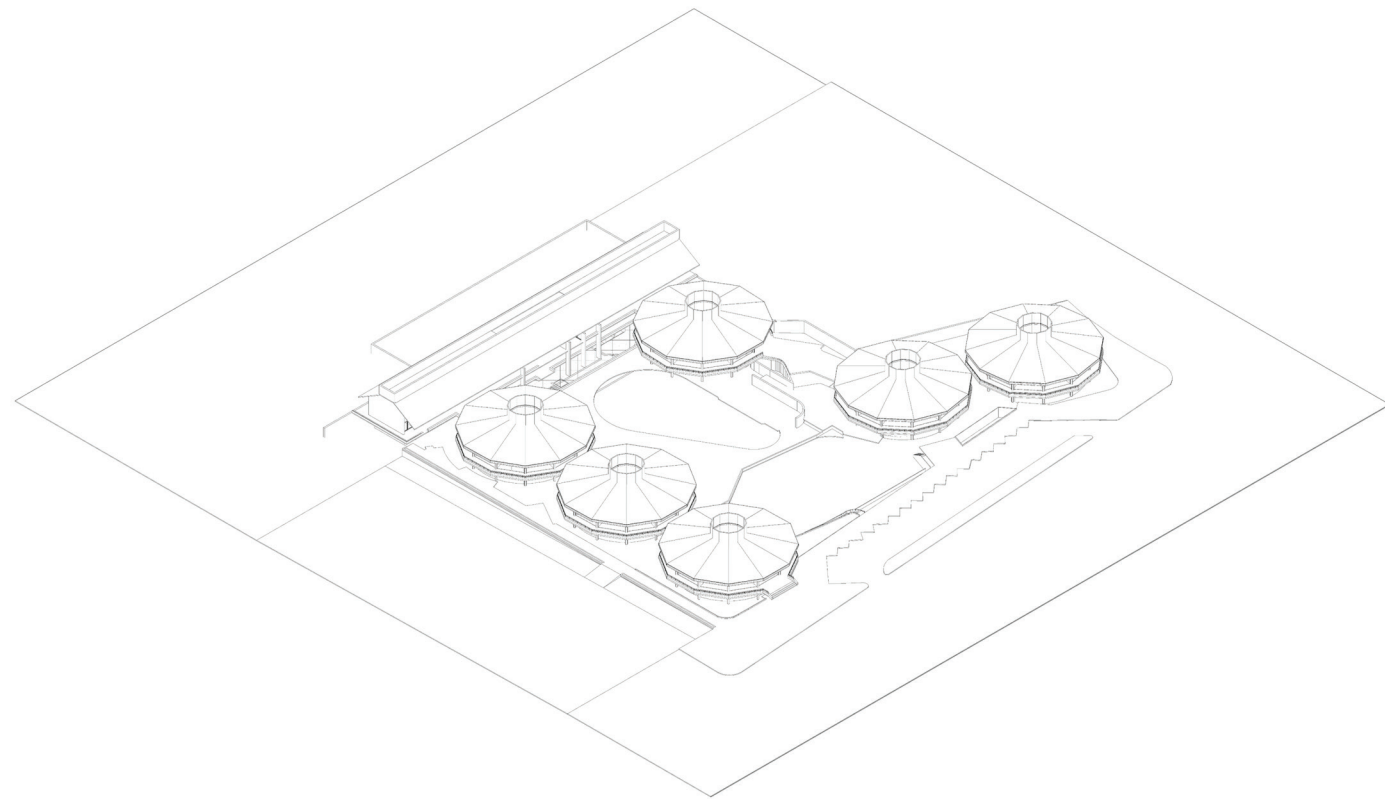


03_IMÁGEN OBJETIVO.

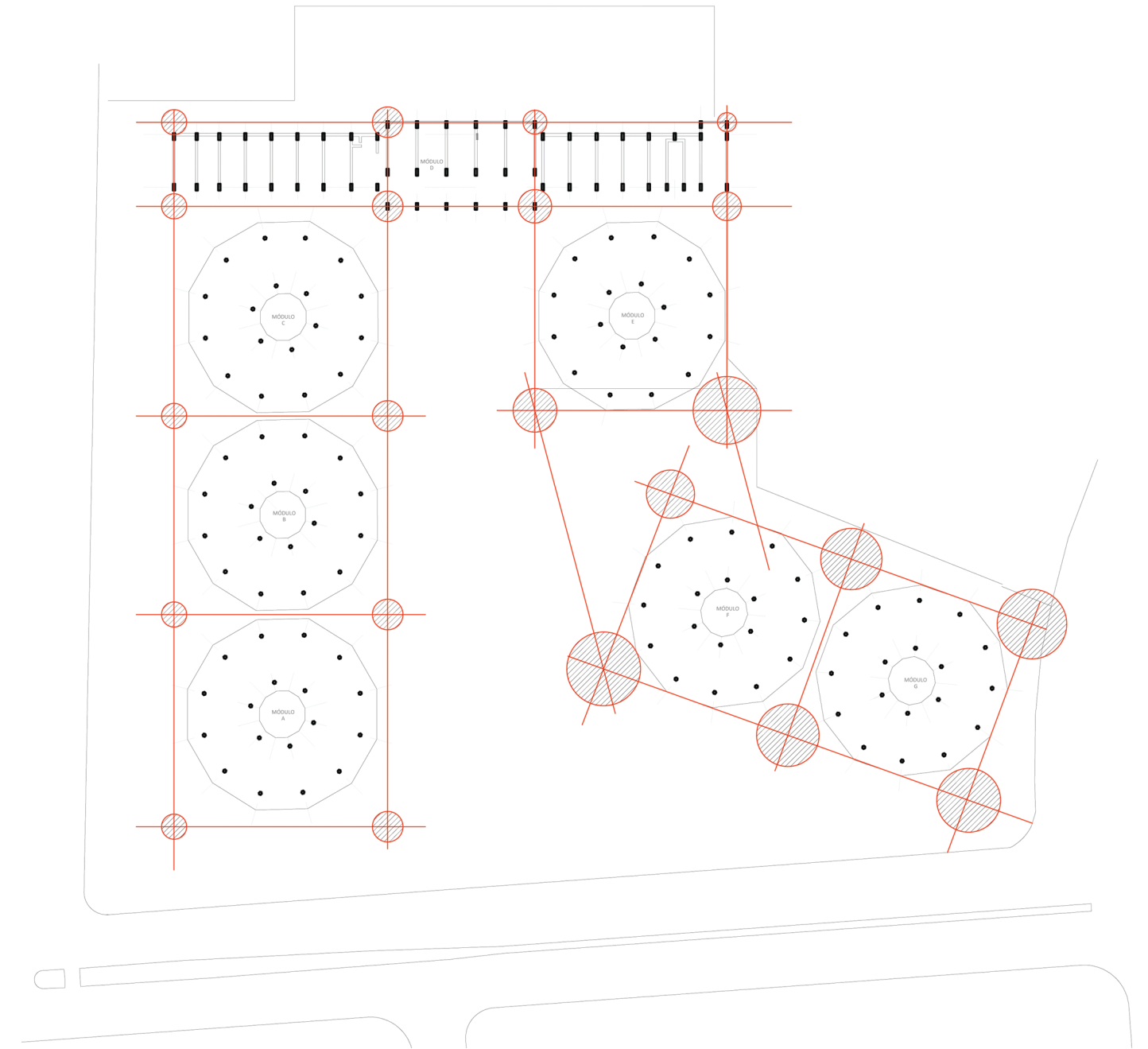
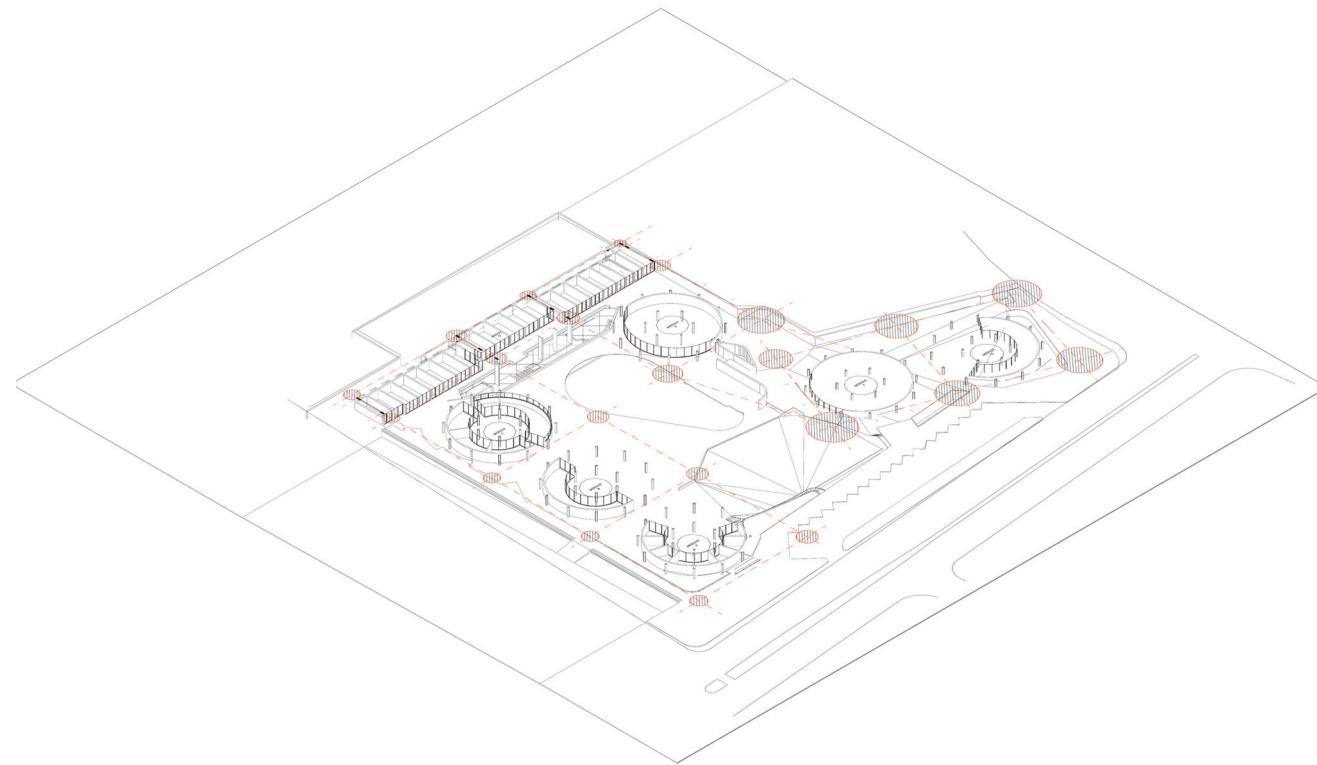


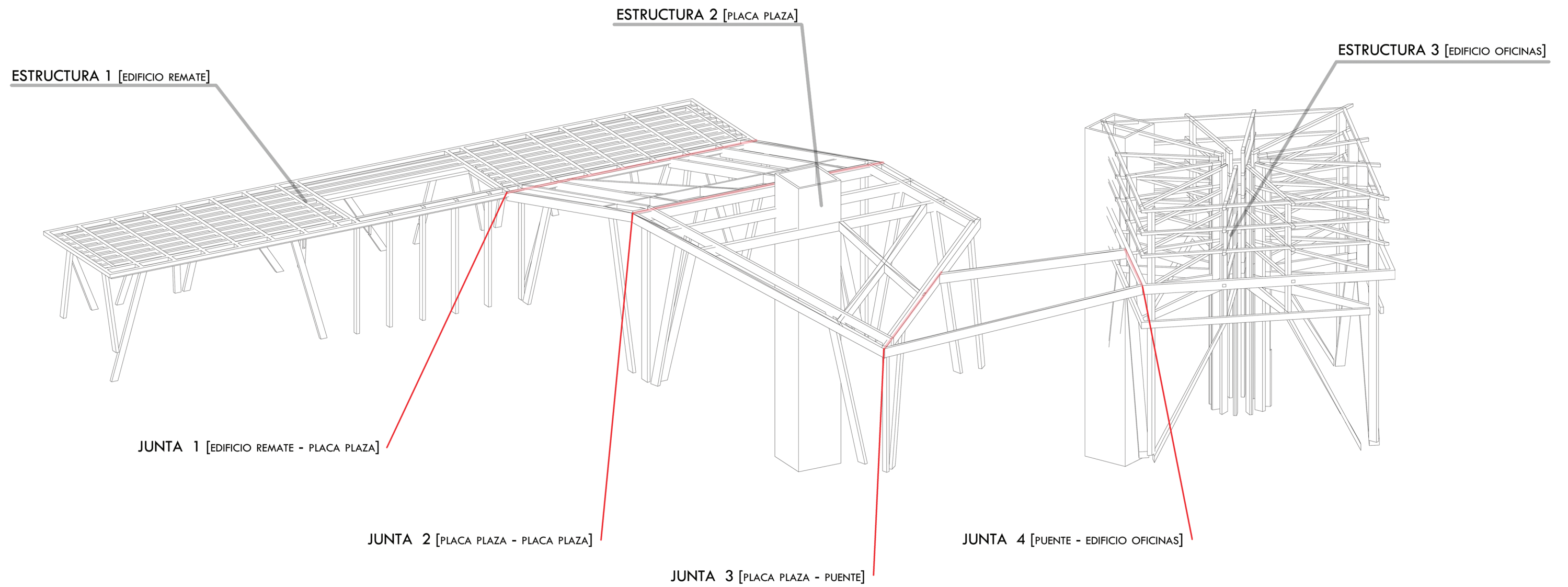
CAPÍTULO 07
ESTRUCTURA.

ESTRUCTURA EXISTENTE ESCALA 1:500

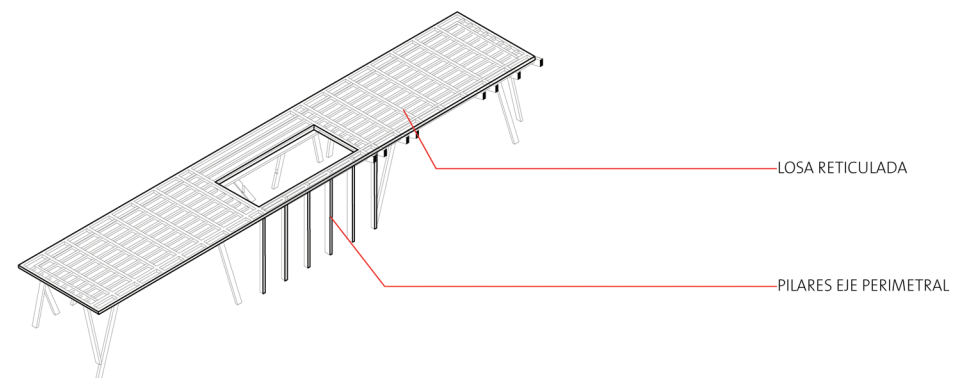


PUNTOS DE APOYO (PARA UNA NUEVA ESTRUCTURA) ESCALA 1:500

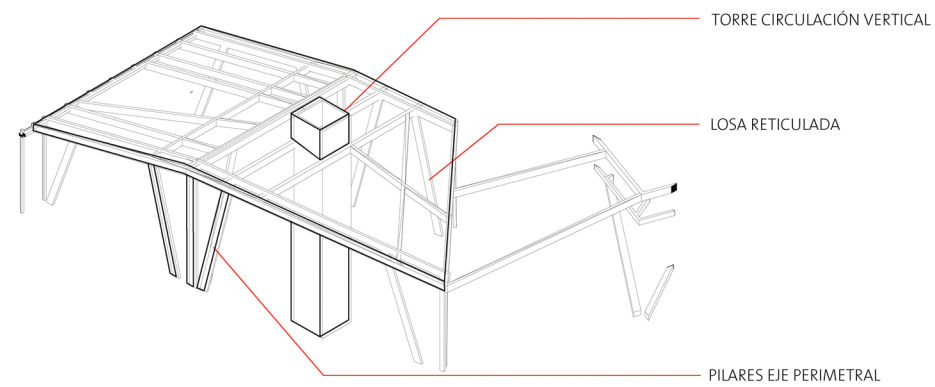




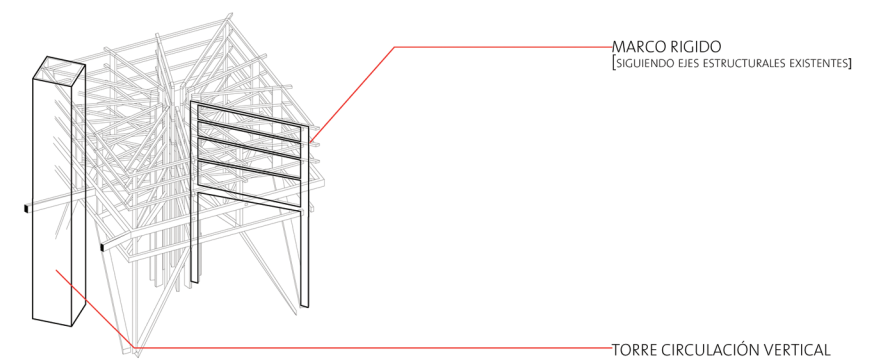
ESTRUCTURA 1 [EDIFICIO REMATE]



ESTRUCTURA 2 [PLACA PLAZA]



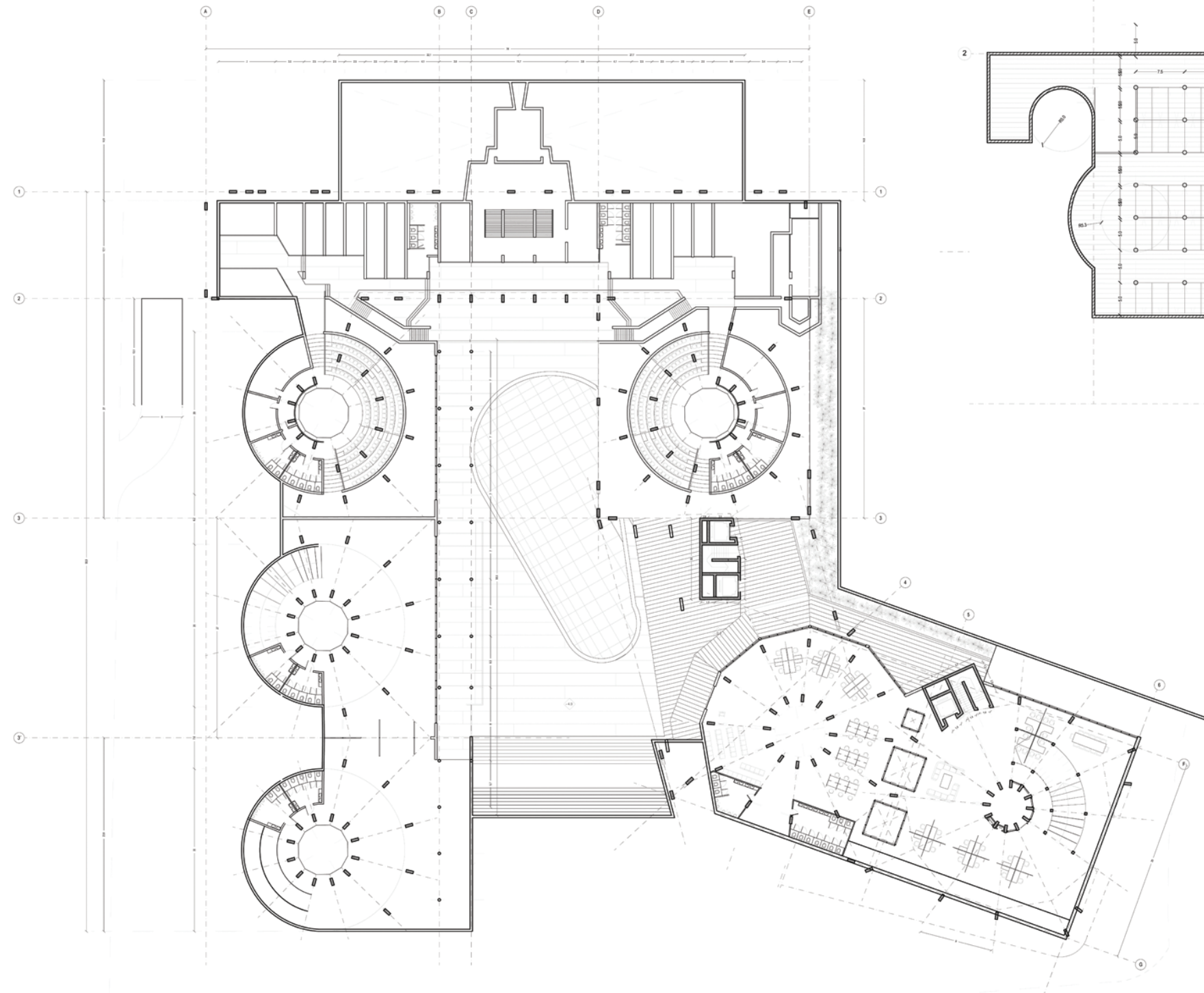
ESTRUCTURA 3 [EDIFICIO OFICINAS]



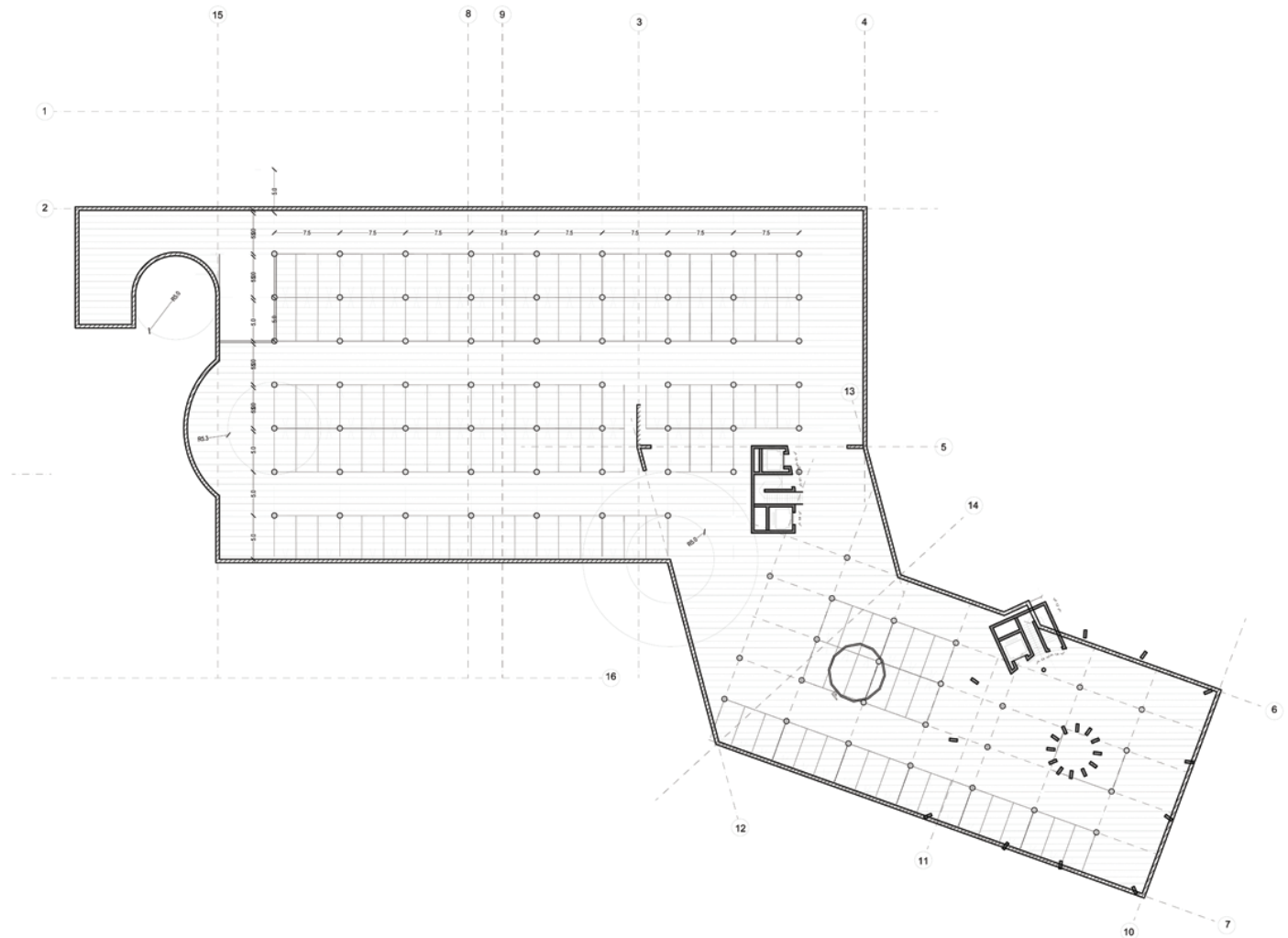
CAPÍTULO 08
PLANIMETRÍAS.



PLANTA NIVEL -2 / ESC 1:200



PLANTA TIPO NIVEL ESTACIONAMIENTOS SUBT. / ESC 1:250



CUADRO DE SUPERFICIES:

PLANTA NIVEL -2:

OFICINAS: 1170 M²
 SALA 1: 455 M²
 SALA 2: 490 M²
 SALA DOBLE; 520 + 550 M²
 CENTRO CULTURAL ACTUAL: 860 M²
 CIRCULACIÓN VERTICAL: 88,5 M²

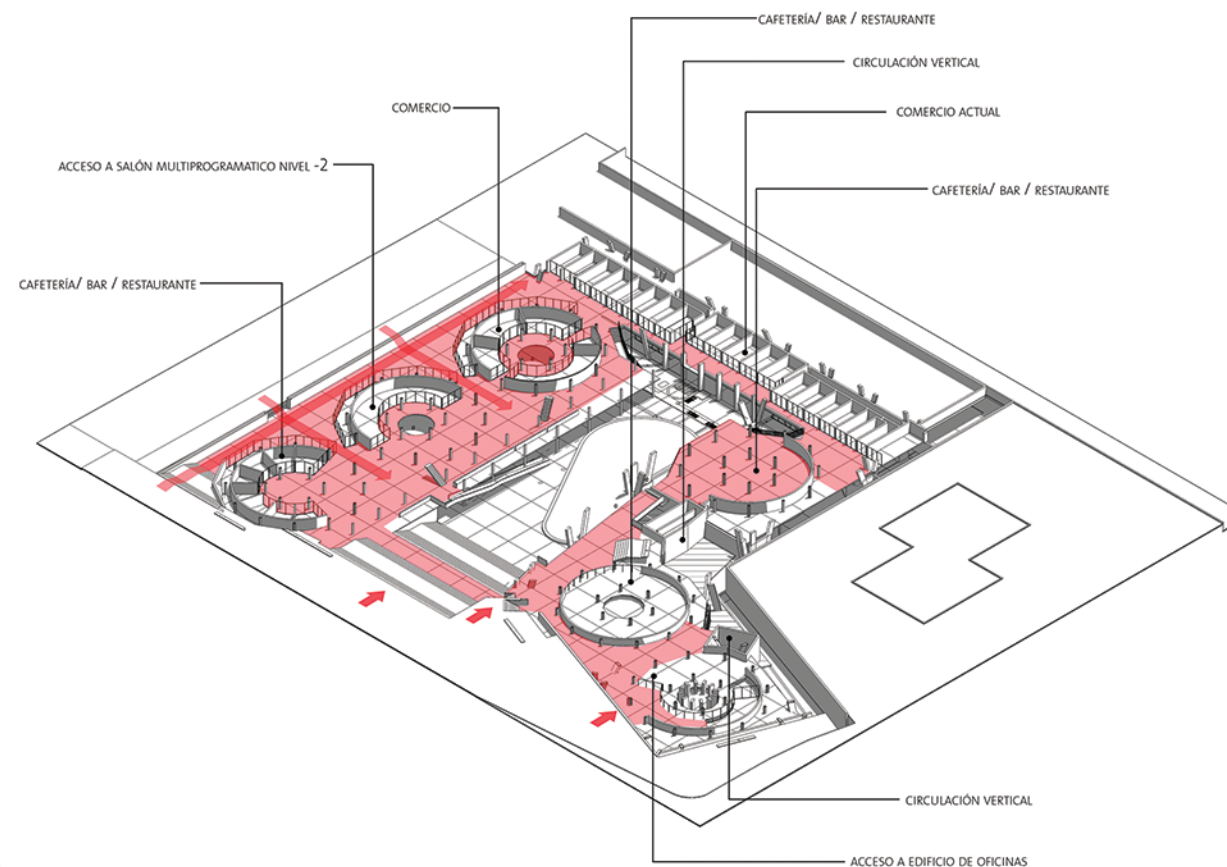
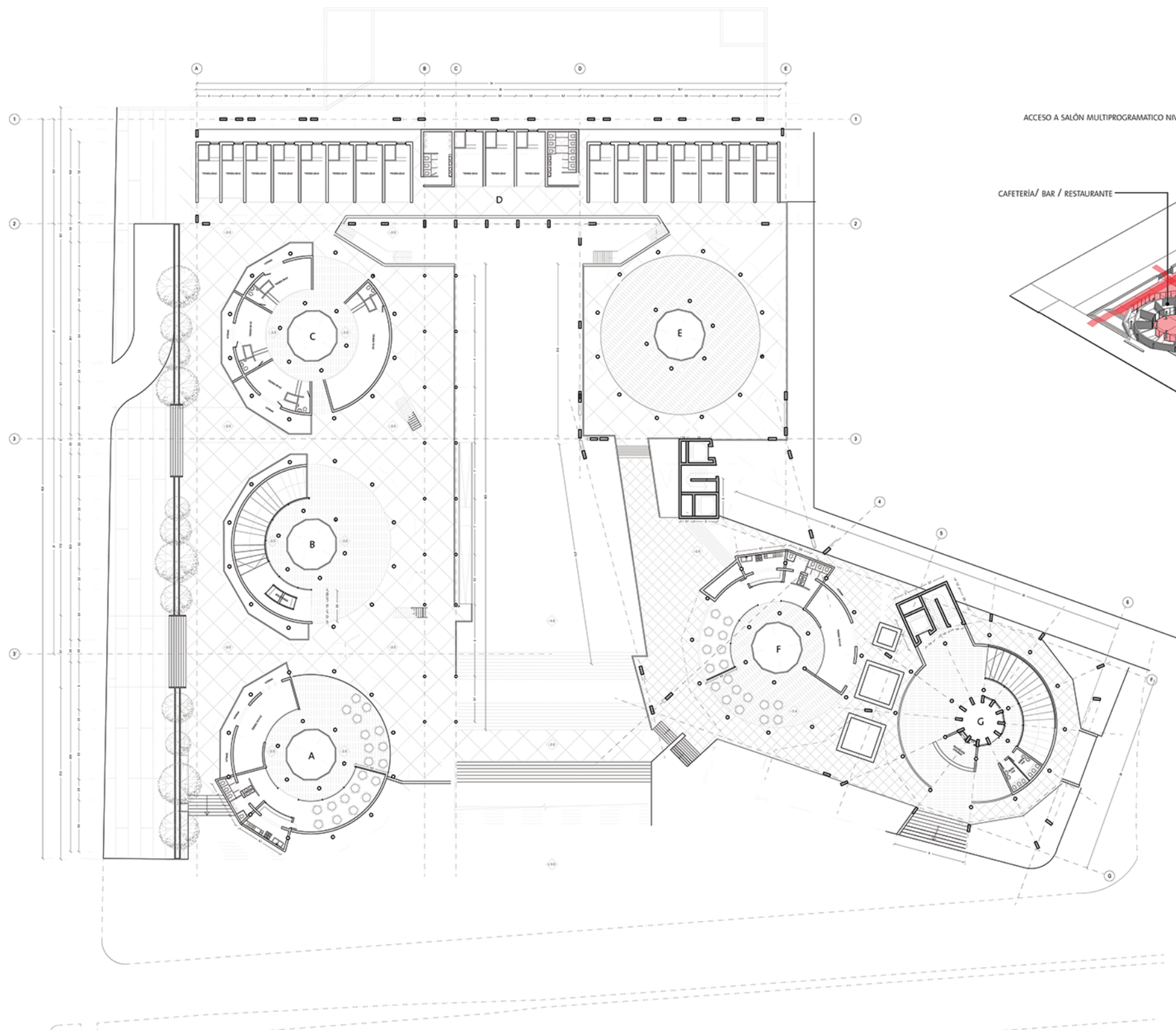
SUPERFICIE TOTAL POR PLANTA: 4133,5 M²

PLANTA NIVEL ESTACIONAMIENTOS:

ESTACIONAMIENTOS: 12,5 M² c/U
 SUPERFICIE TOTAL POR PLANTA: 4553 M²

PLANTA NIVEL CALLE EMB. DOUSSINAGUE -1 / ESC 1:200

ESQUEMA PROGRAMÁTICO NIVEL -1



CUADRO DE SUPERFICIES: PLANTA NIVEL -1:

MÓDULO A:
 TIENDA: 78.5 M²
 CAFE: 86 M²

MÓDULO B:
 ACCESO A SALÓN -2: 56 M²

MÓDULO C:
 TIENDA : 70 M²
 TIENDA : 56 M² X 3

MÓDULO D:
 TIENDA: 22. M² X 18

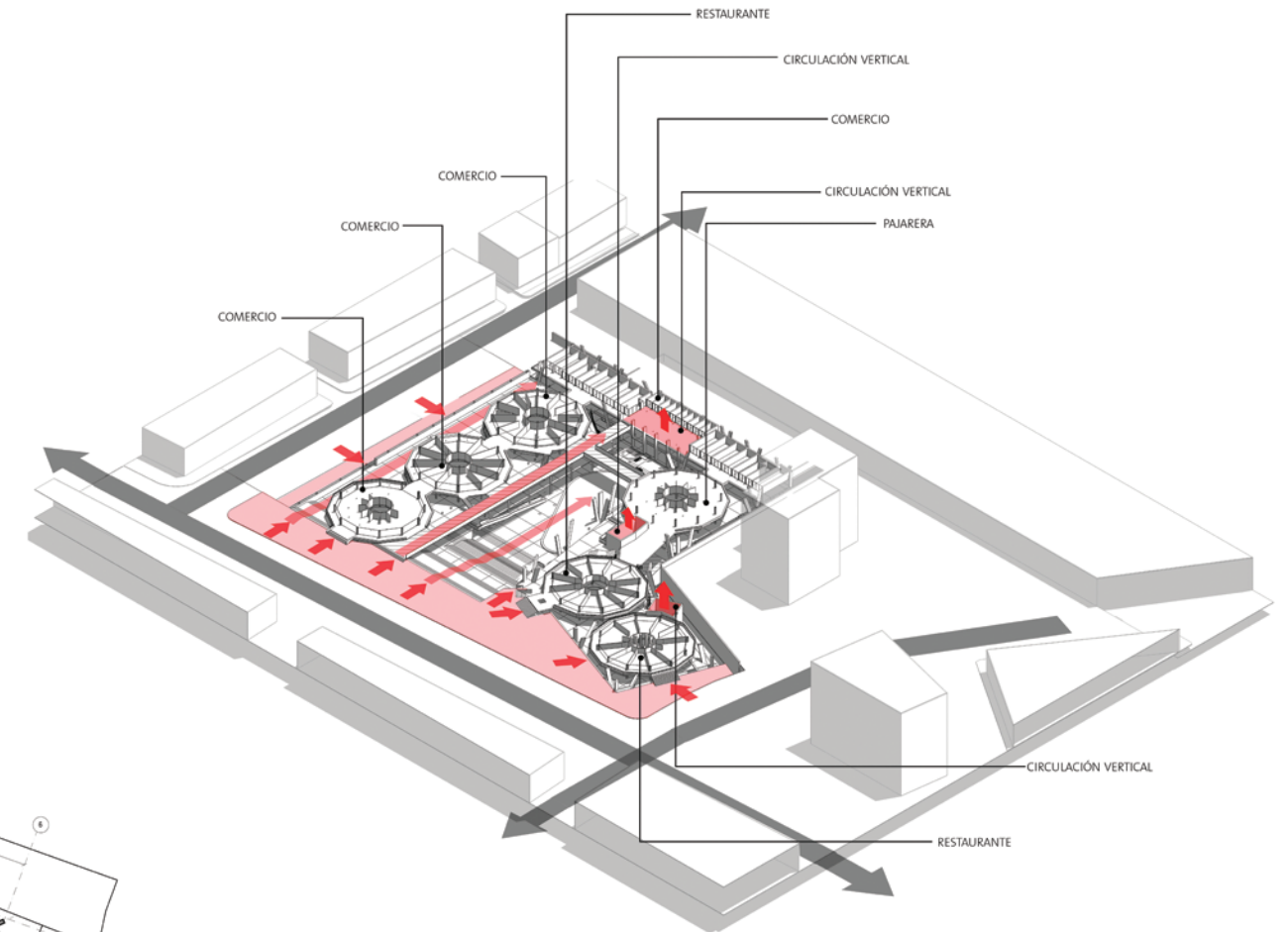
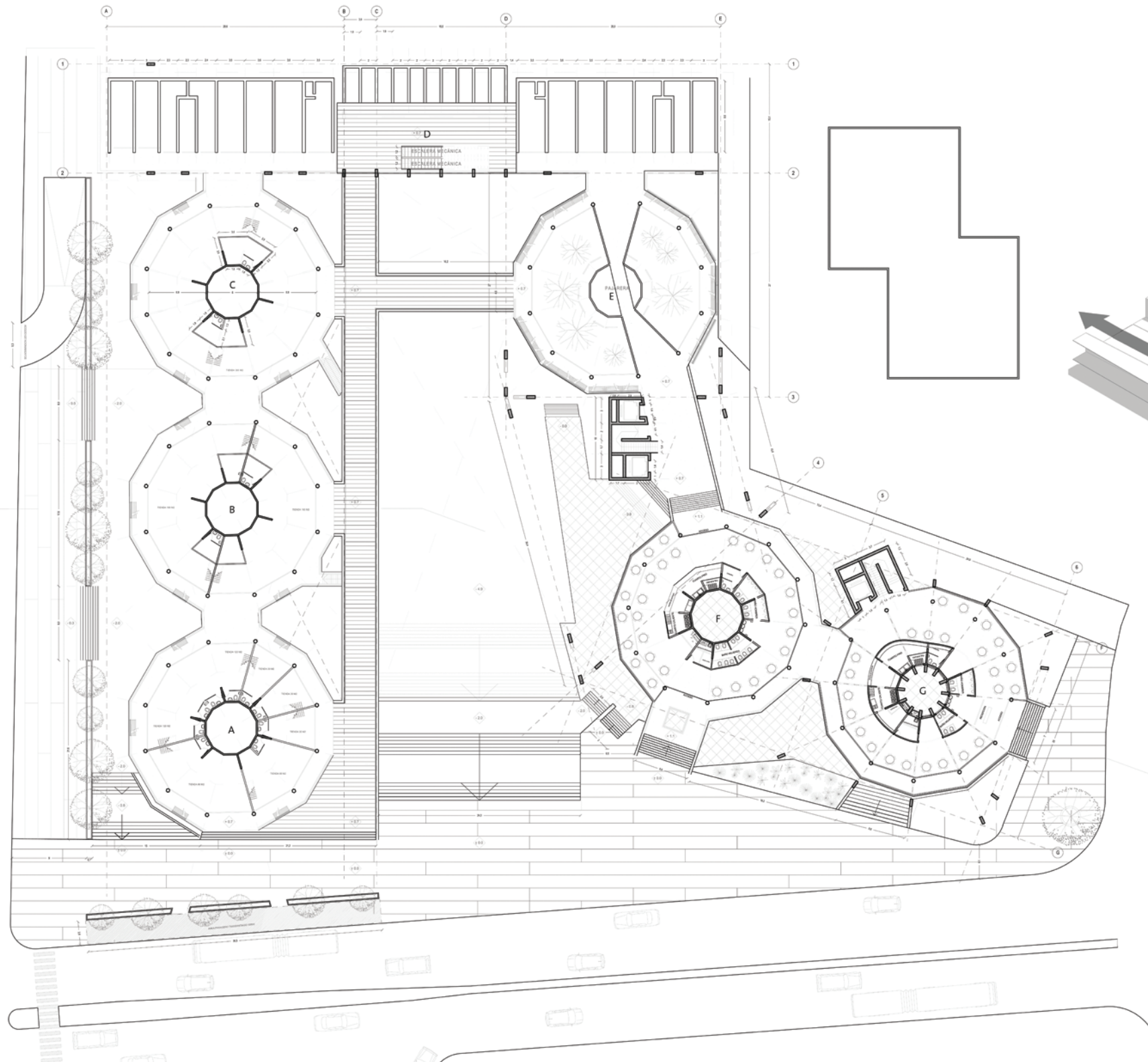
MÓDULO F
 RESTAURANTE: 335 M²

MÓDULO G
 ACCESO OFICINAS: 335 M²

SUPERFICIE TOTAL POR PLANTA: 1524.5 M²

PLANTA NIVEL CALLE VITACURA / ESCALA 1:200

ESQUEMA PROGRAMÁTICO NIVEL CALLE



CUADRO DE SUPERFICIES: PLANTA NIVEL CALLE

MÓDULO A:
 TIENDA: 120 m²
 TIENDA: 90 m²
 TIENDA: 60 m²
 TIENDA: 30 m² x3

MÓDULO B:
 TIENDA: 180 m² x2

MÓDULO C:
 TIENDA: 360 m²

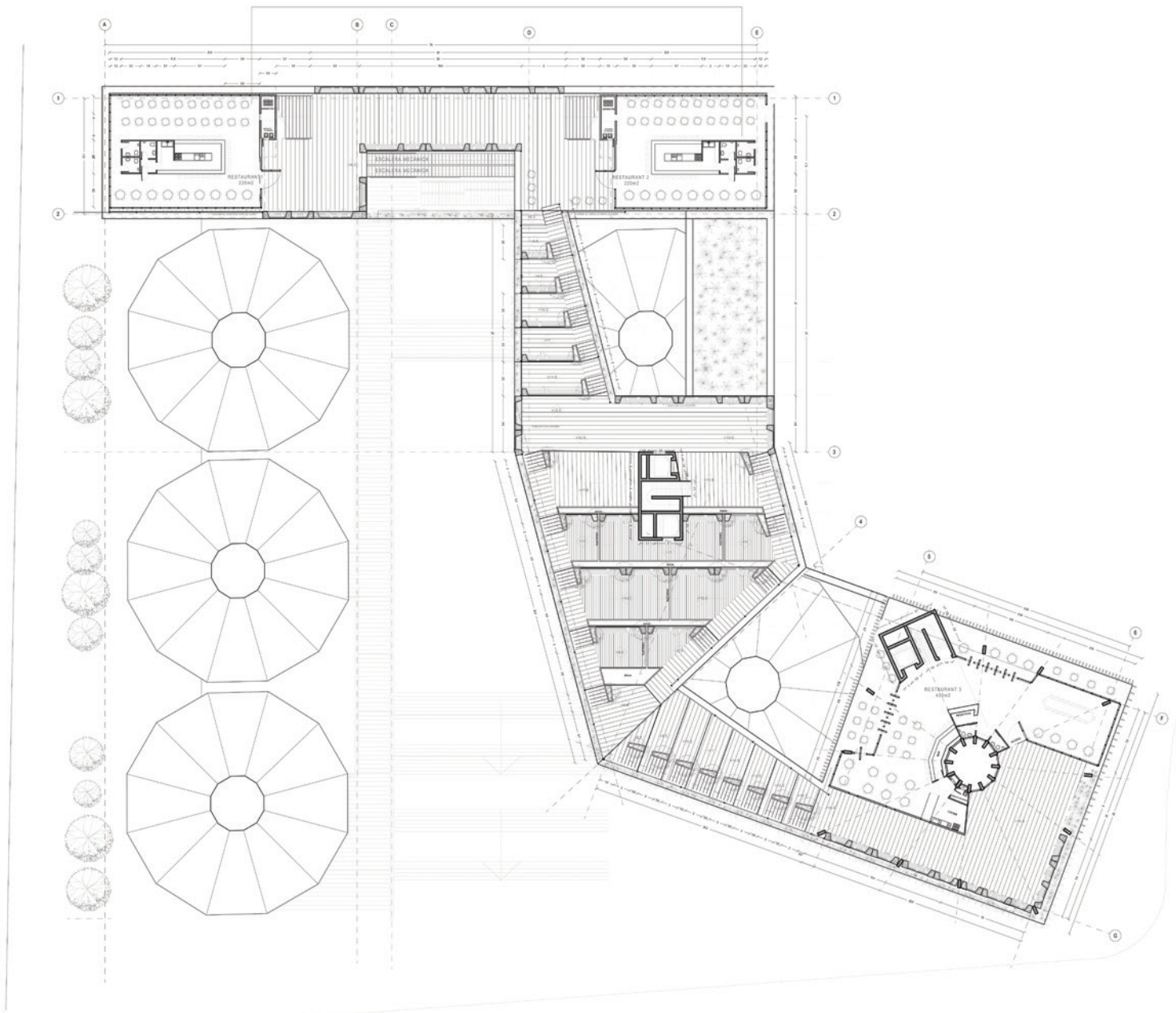
MÓDULO D:
 TIENDA: 10. m² x 10
 TIENDA: 27 m² x 16

MÓDULO F
 RESTAURANTE: 335 m²

MÓDULO G
 RESTAURANTE: 335 m²

SUPERFICIE TOTAL POR PLANTA: 2102 m²

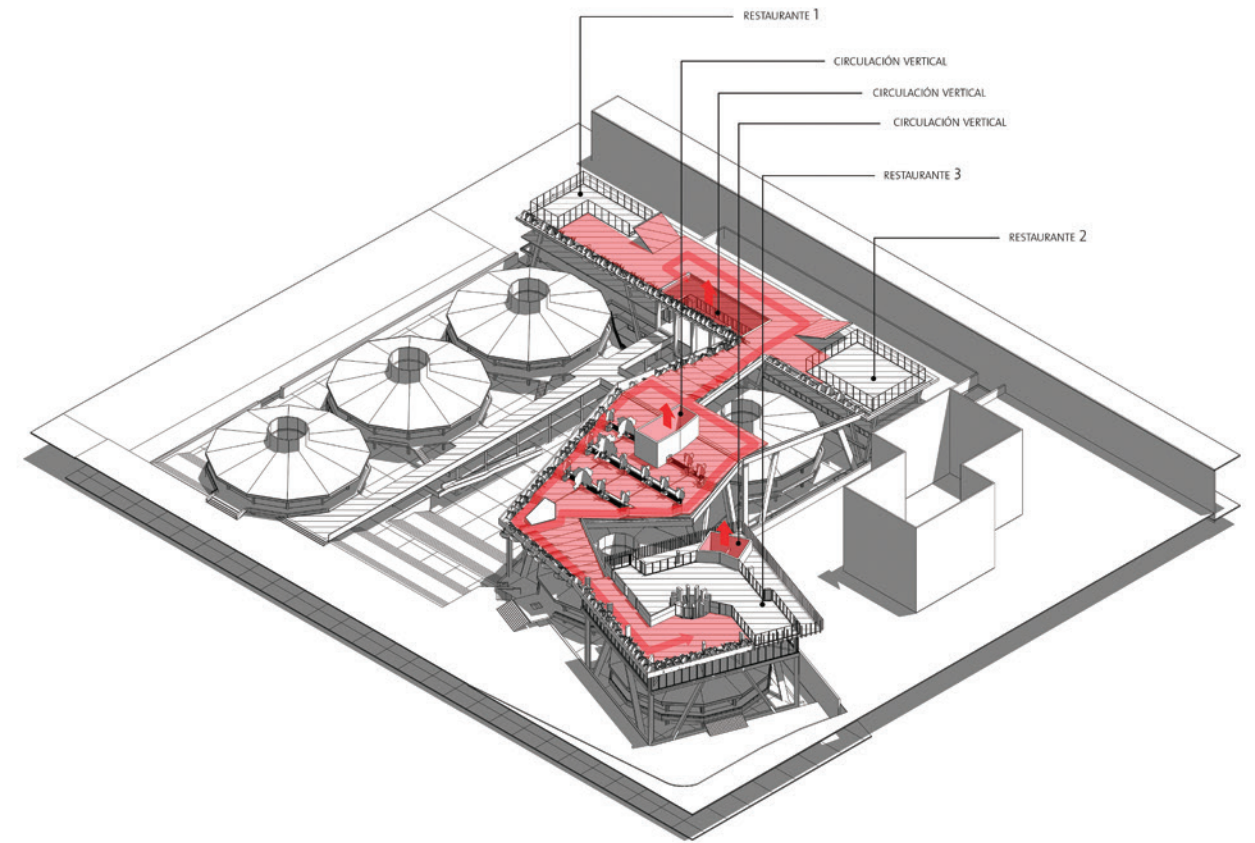
PLANTA NIVEL CALLE EMB. DOUSSINAGUE -1 / ESC 1:200



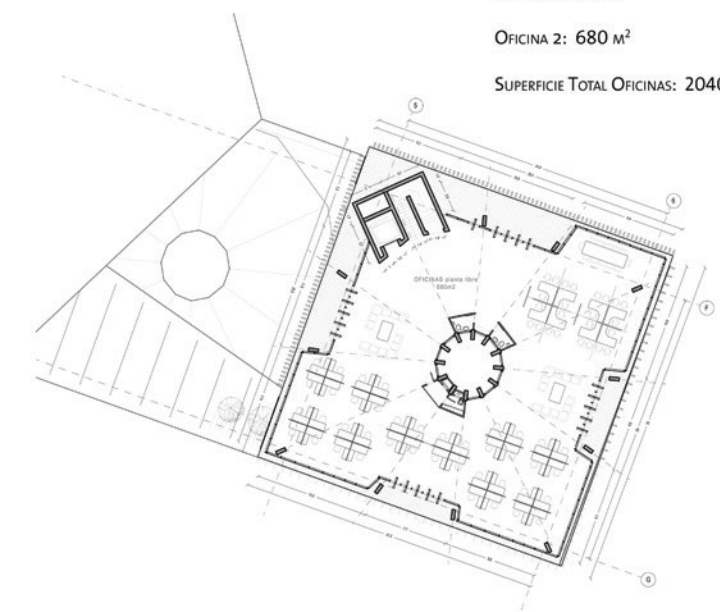
CUADRO DE SUPERFICIES: PLANTA PLACA

RESTAURANTE 1: 220M ²	CIRCULACIONES VERTICALES: 100M ²
RESTAURANTE 2: 220M ²	ÁREA PLAZA: 2250M ²
RESTAURANTE 3: 400M ²	SUPERFICIE TOTAL POR PLANTA: 3190 M ²

ESQUEMA PROGRAMÁTICO NIVEL -1



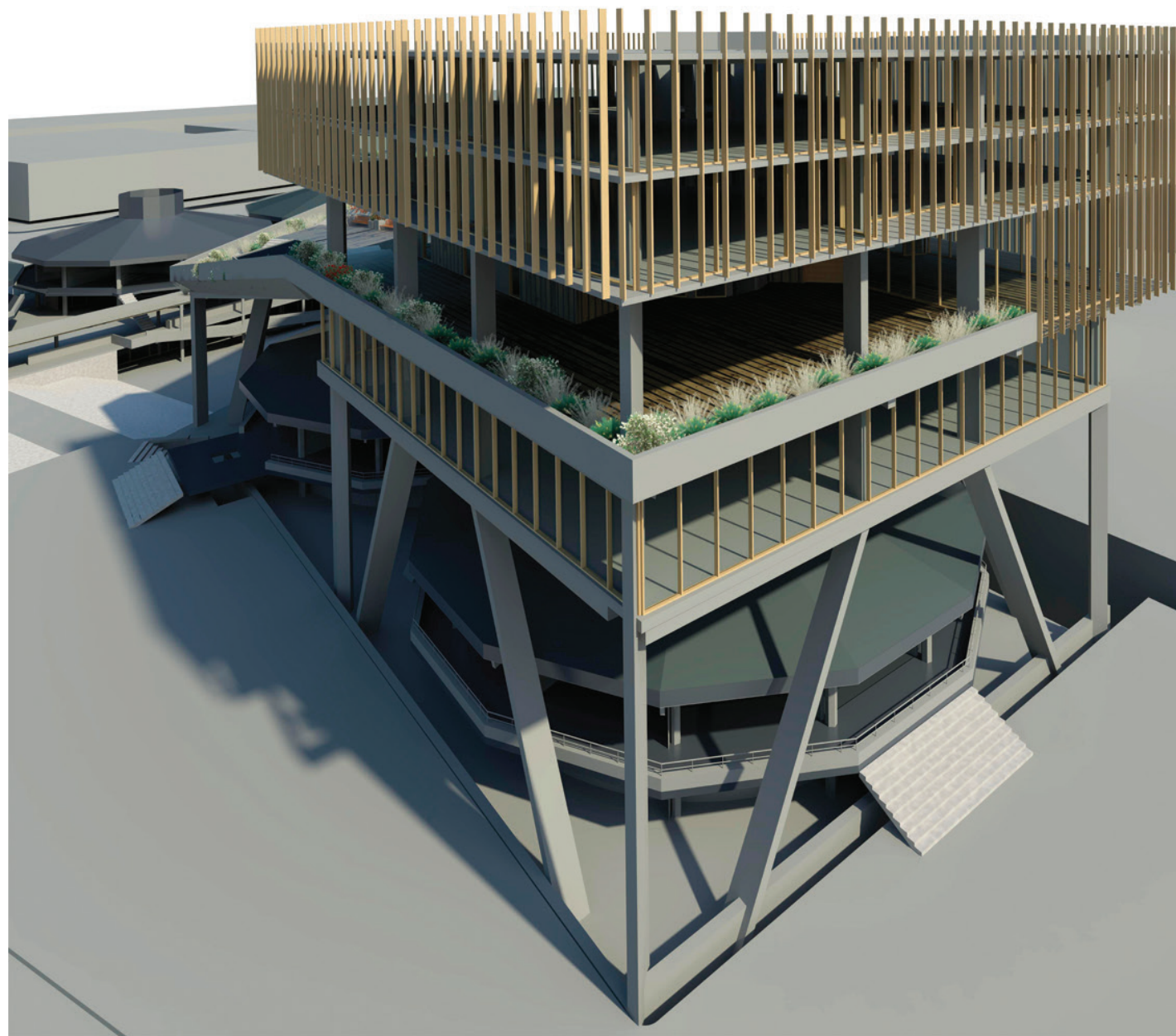
PLANTA TIPO NIVEL OFICINAS ESC. 1:200



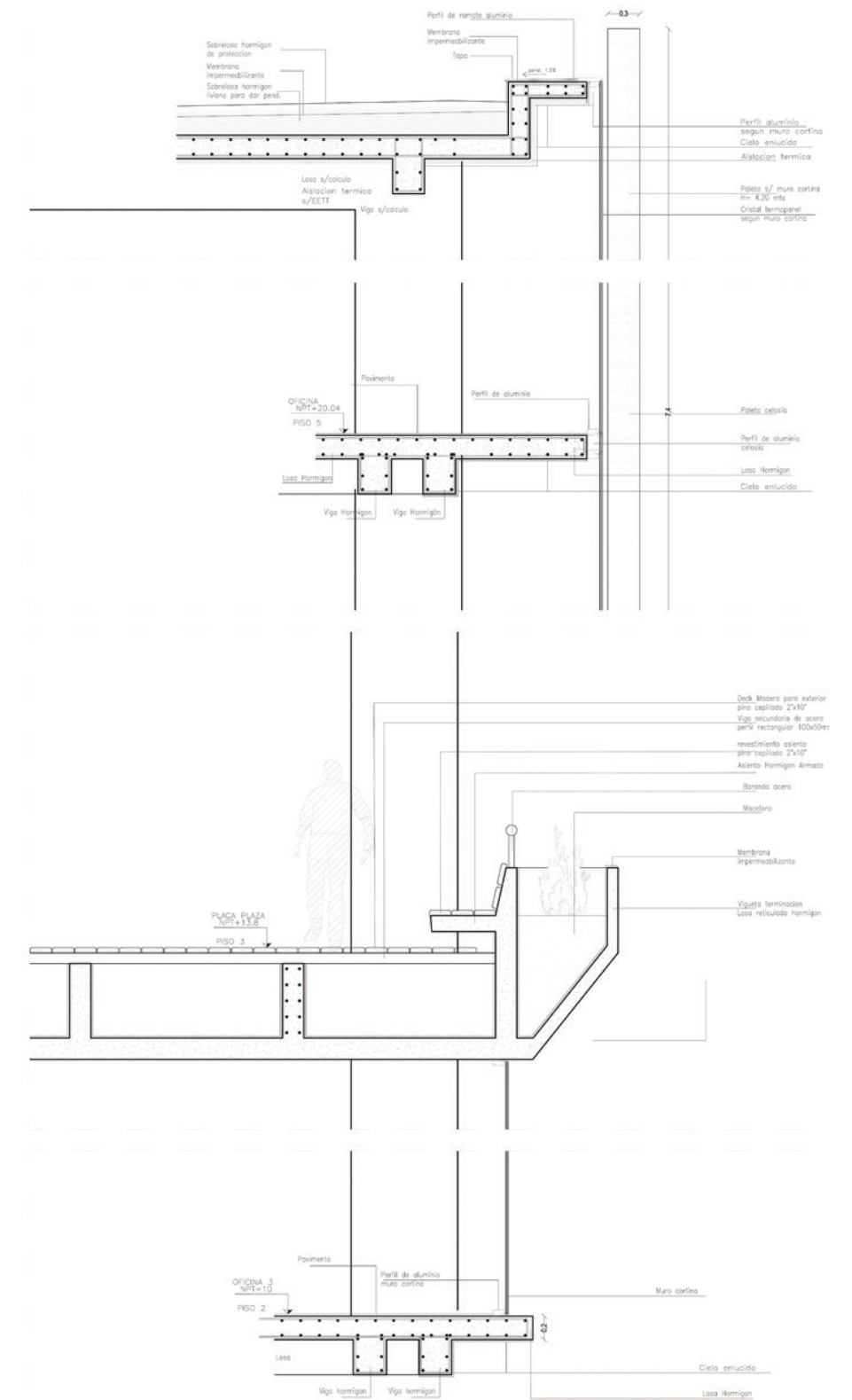
CUADRO DE SUPERFICIES: NIVEL OFICINAS

OFICINA 1: 680 M ²
OFICINA 2: 680 M ²
OFICINA 2: 680 M ²
SUPERFICIE TOTAL OFICINAS: 2040 M ²

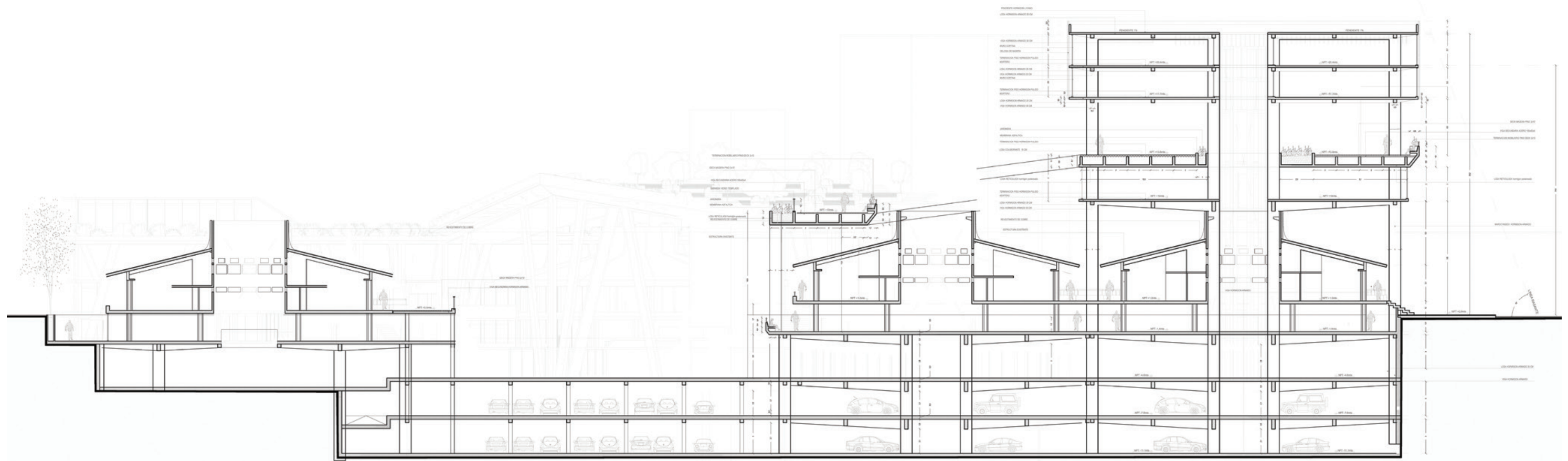
IMAGEN EDIFICIO DE OFICINAS



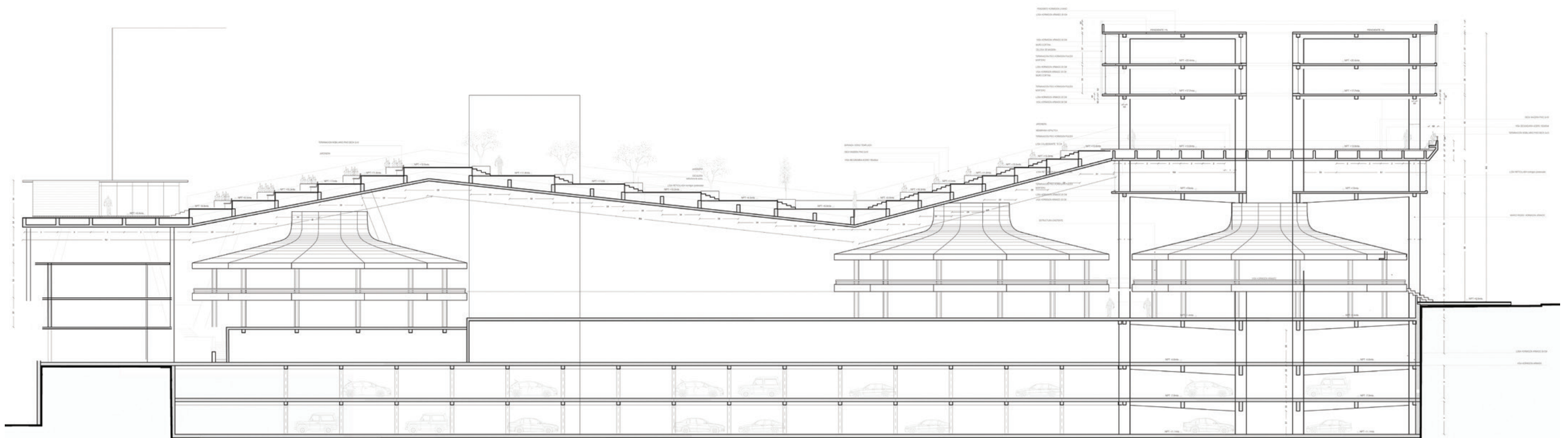
DETALLE EDIFICIO DE OFICINAS / ESC 1:25



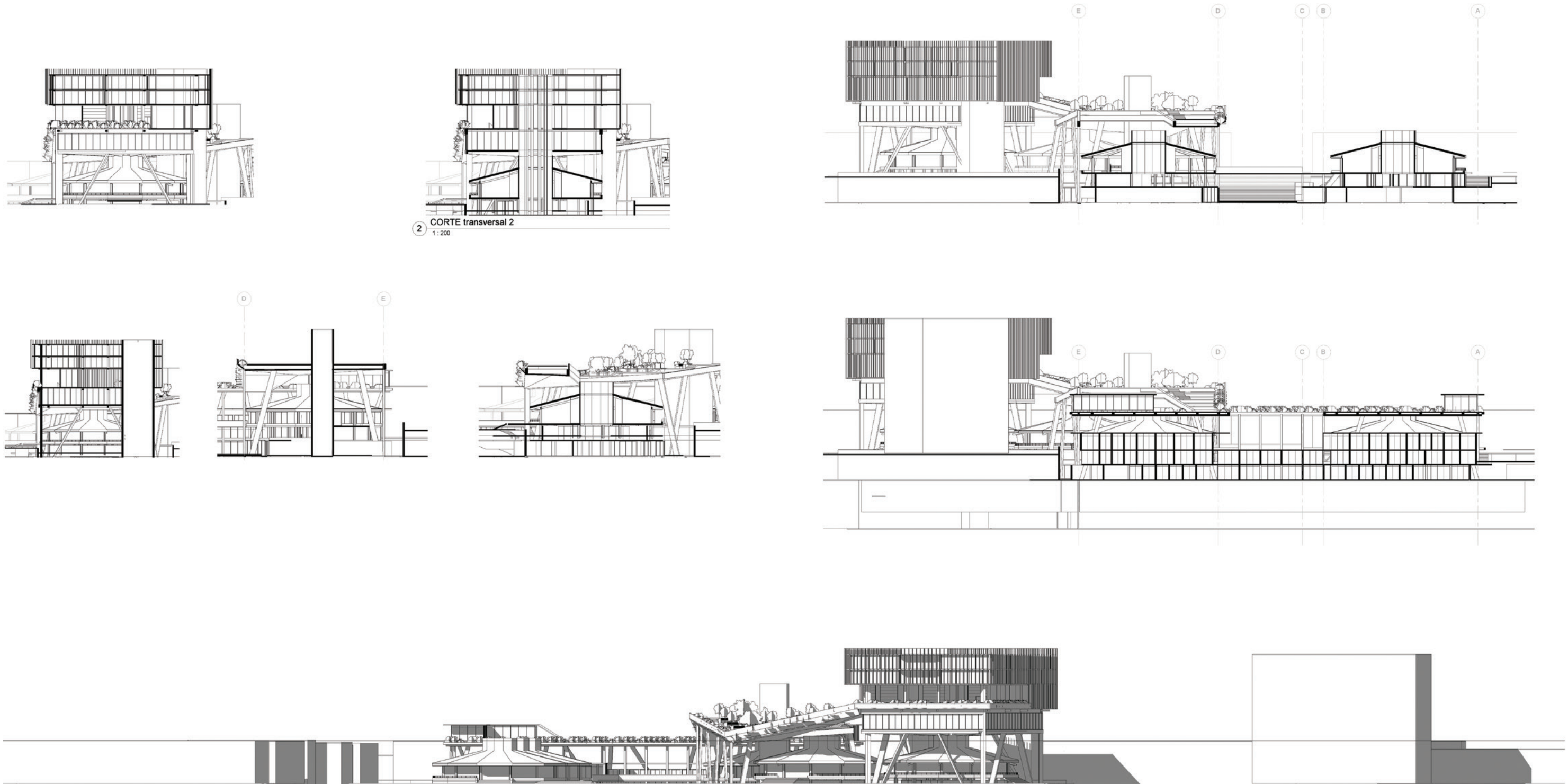
CORTE A-A / ESC 1:100



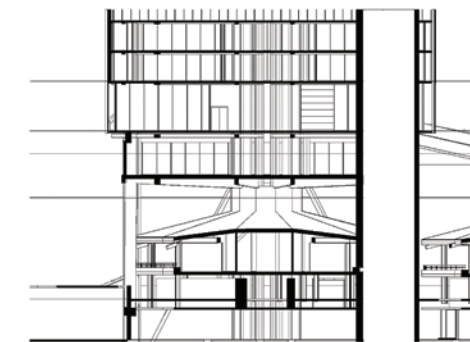
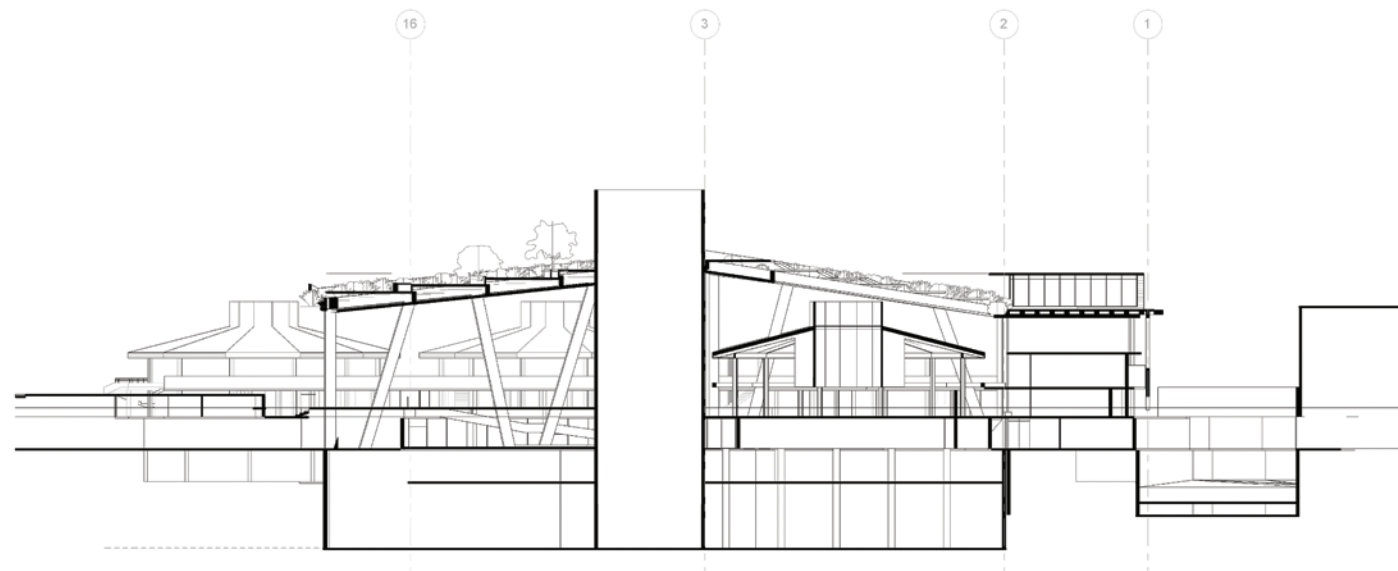
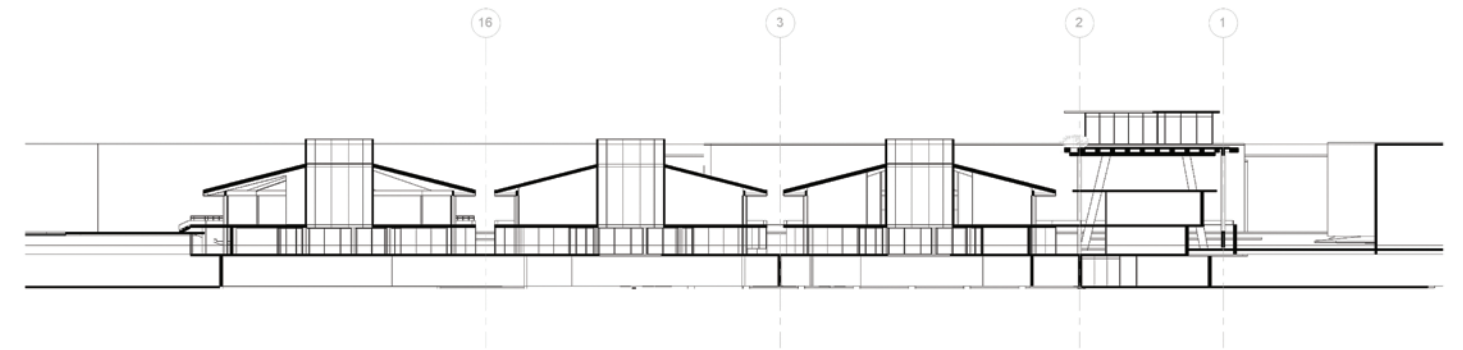
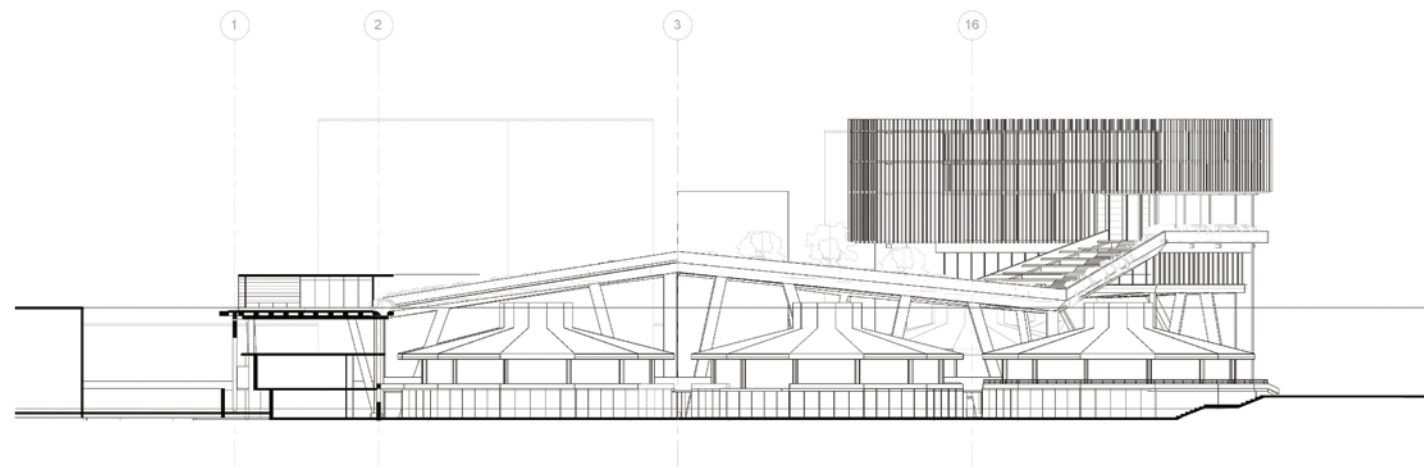
CORTE B-B / ESC 1:100



CORTES TRANSVERSALES / ESC 1:200



CORTES LONGITUDINALES / ESC 1:200



CAPÍTULO 09

VISUALIZACIÓN DEL
PROYECTO.

