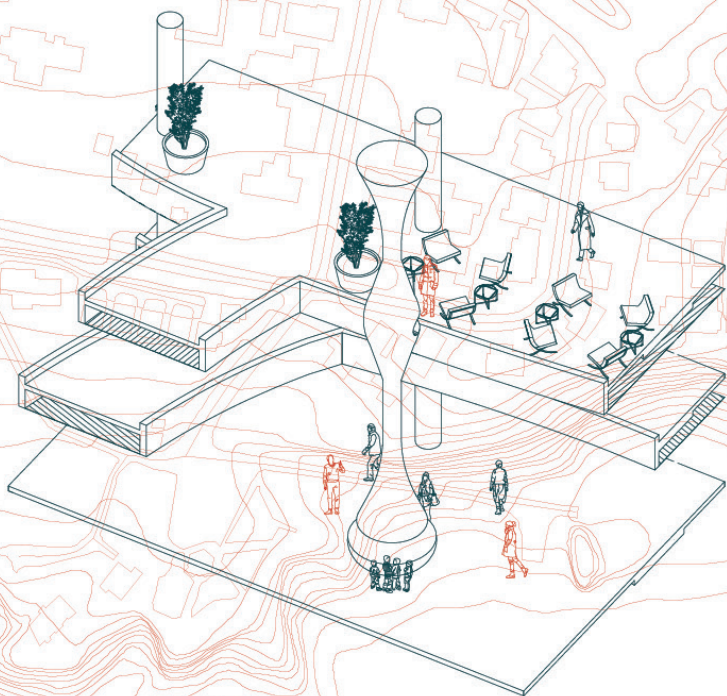


Mall de Ancud

una oportunidad de intervención
en el centro urbano

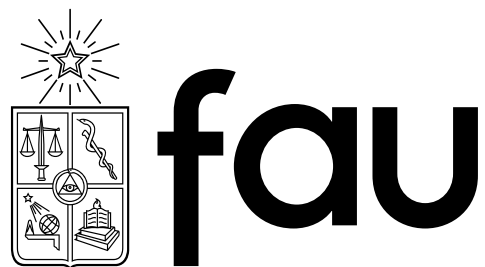


Benjamín Ewertz Correa

Profesor Guía
Humberto Eliash



FACULTAD DE ARQUITECTURA Y URBANISMO
UNIVERSIDAD DE CHILE



FACULTAD DE ARQUITECTURA Y URBANISMO
UNIVERSIDAD DE CHILE

Memoria de Título
“Mall de Ancud”

Benjamín Ewertz Correa
2015-2016

Profesor Guía
Humberto Eliash

Ayudantes
Catalina Yurisić
Sebastián Lambiasi

Asesores
Guillermo Bermúdez. Arquitecto Revisor Independiente.
Iván Navarrete. Ingeniero Civil

Abstract

Hace ya 30 años que se instauró la figura del Mall en Chile, convirtiéndose en un fenómeno que no ha dejado a nadie indiferente, pues si bien su desarrollo ha sido prácticamente imperceptible para el común de la sociedad, no es menos cierto que ha cambiado, de algún u otro modo, la idiosincrasia del ciudadano chileno.

En la actualidad, es una realidad latente e innegable que el Mall es considerado un elemento básico e indispensable para el Chile contemporáneo, llegando al punto de constituir una parte fundamental en el “imaginario de la ciudad”, es decir, a percibirlo como pieza clave que forma parte del contexto social. A pesar de ello, para nuestra profesión es aún un tema tabú, poco discutido, llegando a ser considerado como un espacio no arquitectónico, una estructura “horrorosa” que se empeña en destruir el entorno de la ciudad.

Sin embargo, hoy en día, este tema ha generado gran controversia con la llegada del Mall en Castro,Chiloé, construcción que no dejó a nadie exento de opiniones, principalmente por la puesta en peligro de la imagen del patrimonio local dada su imponente morfología. Pese a ello y sumándole las graves falencias urbanas, paisajísticas y, principalmente, legales, el Mall tuvo un gran apoyo por la comunidad chilota, quienes lo consideran como un efecto necesario e imprescindible para el desarrollo local.

Es por lo antes mencionado que la empresa que proyectó el Mall de Castro, consideró los deseos y la gran aceptación que el proyecto tuvo entre los habitantes de la Isla, llevándolo a adquirir nuevos terrenos en la zona norte del archipiélago, específicamente en Ancud, con el objeto de construir un inmueble de características similares; no obstante, la construcción tiene como principal falencia, la poca comunicación arquitectónica con la ciudad, pues es un recinto hermético, un espacio indiferente con el contexto chilote.

Es en este mismo terreno de Ancud donde ubico el proyecto de título, pues es una oportunidad directa de intervenir en la ciudad, como también es una posibilidad de lograr la articulación entre lo público y lo privado, lo local con lo foráneo, consolidando a la vez la zona comercial, turística, social y urbana más importante de la zona norte de la Isla de Chiloé.

Por todo lo anterior es necesario entender que el Mall es un efecto consolidado y que no debemos caer en su rechazo, sino que por el contrario, es indispensable interiorizar y reflexionar sobre este tema; por ello es preciso preguntarse ¿cómo se puede articular un centro comercial de esta tipología en una ciudad con alto carácter como Ancud?

ÍNDICE

• Motivación.....	6
-------------------	---

CAPÍTULO I. **PRESENTACIÓN DEL TEMA**

• Introducción.....	9
• Problemática.....	9
• Objetivos.....	9

CAPÍTULO II. **MARCO TEÓRICO**

• El Mall.....	11
• El Mall en Chile.....	15
• El Mall de Castro.....	19

CAPÍTULO III. **ANÁLISIS TERRITORIAL**

• El Territorio.....	24
• Ancud.....	26
• La Historia.....	28
• El Simbolismo.....	30

CAPÍTULO IV. **PROYECTO**

• Emplazamiento.....	37
• Entorno.....	38
• Contexto Inmediato.....	40
• Plan Regulador.....	41
• Idea Arquitectónica.....	42
• Lineamientos de Diseño.....	43
• Estrategias de Diseño.....	44
• Propuesta Programática.....	46
• Planimetría.....	53
• Sistema Constructivo.....	61
• Modelo de Sustentabilidad/Gestión.....	62

CAPÍTULO V. **BIBLIOGRAFÍA Y ANEXOS**

• Bibliografía.....	64
• Anexos.....	66

Motivación

Ya es algo común, algo prácticamente periódico informarnos por las redes de comunicación sobre algún inmueble o zona patrimonial que se encuentra en riesgo o que ya fue devaluado a causa de la industria inmobiliaria, y que otra vez más es difícil revertir los daños o evitarlos a tiempo. Al parecer esto demuestra el poco entendimiento y valor que los habitantes le dan a un recurso único de nuestra propia identidad, dándole mayor énfasis a lo novedoso, lo extranjero y lo económico.

En mi tiempo de estudio en la escuela, la arquitectura comercial/inmobiliaria fue condicionada como un tema tabú, como un ejemplo de como no realizar un proyecto de arquitectura; fue en este periodo que ocurrió el caso de mayor controversia a nivel nacional que impactó mi visión de la ciudad y el paisaje, me refiero a la construcción del Mall de Castro, que si bien movilizó en su contra a variados sectores sociales y académicos, incluso a nivel internacional, éste se edificó con mínimas modificaciones a pesar de las variadas irregularidades legales.

¿Cómo es posible que un privado, una sola persona, sea capaz de sobrepasar el patrimonio de todo un país, cambiando para siempre con una herida irreparable la imagen del paisaje de uno de los lugares más atractivos que tenemos? ¿Por qué lo que atenta contra el espacio público se establece con facilidad? ¿En qué estamos fallando como sociedad y como arquitectos? ¿Cómo podemos reformular esta maquinaria depredadora? ¿Qué podemos hacer al respecto?

Existe un cinismo tanto de políticos, empresarios, arquitectos, planificadores, ciudadanos, entre otros, donde todos se lavan las manos manifestando que es culpa del “otro” o de un “vacío legal” delegando así su propia responsabilidad. Hoy en día la tormenta de la polémica se calmó, el mall se encuentra en funcionamiento y ya es un tema del pasado, sin embargo, es necesario desechar los prejuicios e ideologías para poder comprender, desmenuzar y analizar a la realidad actual sin caer en el rechazo del mall como fenómeno establecido.

“Aquellos que los chilenos declaramos duradero y soñamos grande, y que luego fieles a nuestros atavismos, vamos mutilando y cortando, pero también zurciendo y parchando, hasta reducirlo a la forma nacional favorita, única que no nos agravia con su diferencia: El imbunche¹ [...] esta inclinación a cortar las alas de lo que se eleva, derribar la grandeza, mutilar lo que sobresale y enterrar lo que se asoma”.

FRANZ. C. 2001. Pag.15. La muralla enterrada.

1: Ser de la mitología mapuche y Chilota; persona deforme.

Fig. 1: Escultura del Imbunche en la plaza de Ancud. La placa dice:

“Portero de la Cueva de Quicaví. Recién nacido raptado o donado por las brujas. Una vez en la cueva lo crían desnudo y empiezan a deformarlo, partiendo por torcerle los huesos de una pierna para evitar que huya. Durante su existencia es nutrido con leche de gata negra y carne humana sustraída de los cementerios, sólo se le es permitido salir para alimentarse. La carne del Invunche cura cualquier enfermedad, por eso al morir los brujos se lo disputan.”



Elaboración Propia.

CAPITULO I

Presentación del Tema



Introducción

A medida que una ciudad crece en un ámbito demográfico, ya sea por población residente o flotante, esta habitualmente se desarrolla económica y por ende, comercialmente. Este efecto trae como consecuencia una nueva necesidad de servicios que la población requiere y que, por lo general, se constituyen mediante patrones espaciales replicados o adaptados de otros contextos.

En este sentido, el mall satisface la necesidad de servicios comerciales y sociales dentro de un espacio cerrado y controlado, adquiriendo un importante rol de plaza pública. Debido al éxito económico y social de este modelo, se puede encontrar este patrón repetitivo prácticamente en cualquier país del mundo o en variadas ciudades de Chile.

En nuestro país existen variados ejemplos de centros comerciales cerrados que aportan urbana y arquitectónicamente por medio de distintas espacialidades y programas enfocados al marketing para poder captar una mayor cantidad de usuarios, sin embargo, también existen casos que se resuelven con el antiguo paradigma de la tipología de mall; un edificio homólogo, una clonación, un espacio genérico sin arraigo a su contexto que no incorpora características locales.

“Algunos son verdaderas plazas públicas en las que la ciudadanía se encuentra, socializa y genera identidad. Otros son, simplemente, lugares funcionales para adquirir bienes en un ambiente “seguro”. Unos albergan una envidiable infraestructura cultural; otros ofrecen entretención barata, masificada y popular.”
(SALCEDO, DE SIMONE, 2012)

Si bien con estos nuevos inmuebles se fomenta el ingreso económico y el empleo, mejorando la calidad de vida de los habitantes, se privilegian los intereses monetarios en desmedro de variables urbanas, paisajísticas, culturales, humanas y sociales. En ciudades con alto carácter e identidad única, las variables previamente mencionadas presentan mayor fragilidad.

El caso de mayor controversia a nivel nacional de los últimos años es el del Mall de Castro, el cual a pesar de las notorias irregularidades legales, patrimoniales y paisajísticas, fue altamente aprobado por la población local.

En tanto la ciudad de Ancud, al norte del archipiélago de Chiloé, se encuentra bajo la presión de un nuevo proyecto inmobiliario de centro comercial cerrado gestionado por la misma empresa que realizó el Mall de Castro, Grupo Pasmarr, la cual tiene terreno a disposición en pleno centro urbano.

Considerando el nuevo caso del centro comercial cerrado que se gestiona actualmente en la isla de Chiloé, cabe preguntarse cómo arquitectos ¿Cuál es nuestra postura frente a esta realidad, sin caer en la negación del mall como fenómeno ya consolidado? ¿Es posible evitar otro desastre paisajístico, urbano y arquitectónico provocado por un centro comercial pero esta vez en la ciudad de Ancud?

Problemática

¿Cómo consolidar los requerimientos comerciales de una ciudad en crecimiento pero de alto carácter e identidad particular?

Objetivos

Los objetivos del proyecto de título son:

- Revitalizar y consolidar un área comercial y turística importante de la ciudad de Ancud.
- Otorgar un espacio público de calidad evocado a la ciudad y al contexto urbano.
- Concientizar a la población y a inversores privados sobre la existencia de distintas posibilidades de desarrollo de un proyecto inmobiliario comercial.
- Plantear el tema del mall como parte relevante de la ciudad, y que por lo tanto es necesario discutirlo de forma seria a nivel académico y profesional.

CAPITULO II

Marco Teórico



“La ciudad Genérica perpetúa su propia amnesia [...] su arqueología será por tanto la evidencia del paulatino olvido, la evidencia de su evaporación”.

La ciudad Genérica. KOOLHAS, Rem

El Mall

En el momento en que el hombre se establece en una localidad este comienza a vivir en sociedad creando una nueva forma de vida, y con ello una manera de producir excedentes en la producción. En este contexto apareció el comercio, como un aspecto fundamental en el origen y desarrollo de los espacios públicos; se empiezan a utilizar caminos y sitios entre edificaciones para satisfacer la necesidad de intercambios constantes de mercadería, otorgándoles a estos lugares nuevas funciones espaciales como ocio, socialización, comercio, entre otras.

Con el tiempo, estos espacios públicos se transforman para responder a las nuevas y complejas demandas y actividades que se desarrollan en la ciudad. Espacios de distintas civilizaciones, como el ágora griego, el foro romano, el tianquiztli azteca, los bazares del medio oriente, entre otros, son reflejo de la necesidad de la sociedad de construir escenarios de expresión e intercambio como parte integral y estimulante de la vida urbana.

A mediados del siglo XIX en plena Revolución Industrial, se construye el edificio Bon Marche en el centro de la ciudad de París, proponiendo

una nueva tipología de inmueble comercial en donde se instaura por primera vez la vitrina como lugar ambientado para mostrar y lucir los productos. Este hecho marcó el comienzo del reemplazo de la transacción económica del regateo por múltiples posibilidades de elección a través del “vitriero”, lo cual se considera como el inicio del negocio del retail. En otras palabras, la tipología arquitectónica comercial dió inicio al retail, como a su vez el retail dio nacimiento a esta tipología comercial.

La palabra retail es el término inglés que se utiliza para definir al sector económico dedicado al comercio al por menor, es decir, a la venta masiva de productos o servicios a grandes cantidades de clientes. Este tipo de negocio abarca desde un almacén de barrio hasta grandes empresas, sin embargo, usualmente se refiere a la industria de cadenas de locales comerciales. Una importante característica del retail es que es capaz de adaptarse a las condiciones del mercado, es decir, al cliente que cambia su comportamiento durante el transcurso del tiempo.

Actualmente el ícono arquitectónico vigente del modelo de negocios del retail es el centro comercial cerrado, más conocido como Mall, el cual tiene su origen en Estados Unidos a

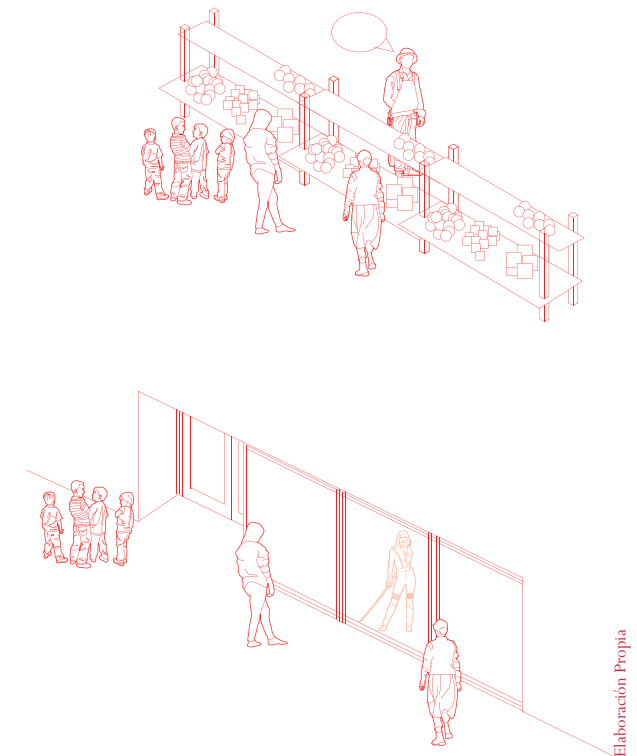


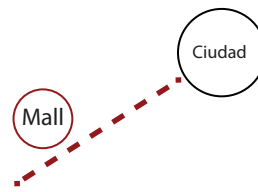
Fig. 2: Regateo vs. Vitriero.

comienzos de la década de los 50', situándose en la periferia de la ciudad cercano a la autopista como consecuencia del considerable uso del automóvil. El mall es descendiente de otros espacios modernos como las galerías del siglo XIX o las multitiendas de la primera mitad del siglo XX. El primer centro comercial cerrado fue construido y diseñado por el arquitecto Victor Gruen, en Minnessota, EE.UU, cuyo proyecto originalmente tenía en su interior viviendas, escuelas, espacios públicos, entre otros, con el fin de recrear una ciudad completa.

El propósito del centro comercial cerrado es entregar durante todos los días del año el máximo confort a los usuarios, en áreas como consumo, clima, seguridad, limpieza, movilidad, etc., lo cual es posible **al existir un solo dueño que pueda realizar un extenso control de variables**, siendo esta la principal razón del éxito económico y social de esta tipología.

El diseño original, pensado como una "máquina para vender", consta de uno o más edificios usualmente de gran tamaño y ubicados en una superficie de terreno amplio en contextos carentes de equipamiento, los cuales usualmente tienen poca relación del

Características diseño original tipología Mall



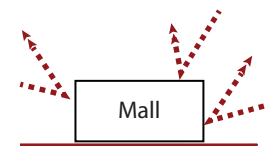
Ajeno

Alejado de la ciudad junto a carretera



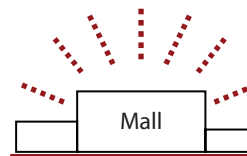
Hermético

Dificultad para el acceso del peatón



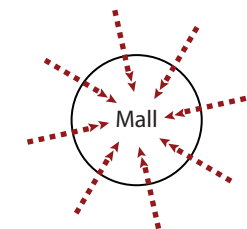
Indiferente

Sin relación contextual en cuanto a escala, fachada, morfología, etc.



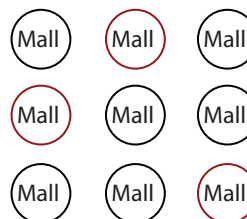
Hito

Imagen pregnante que destaca en el contexto



Introvertido

Arquitectura ocurre en el interior



Genérico

Semejanza arquitectónica sin importar ubicación



30 años de mall en Chile (SALCEDO, DE SIMONE, 2012)

enscal.com

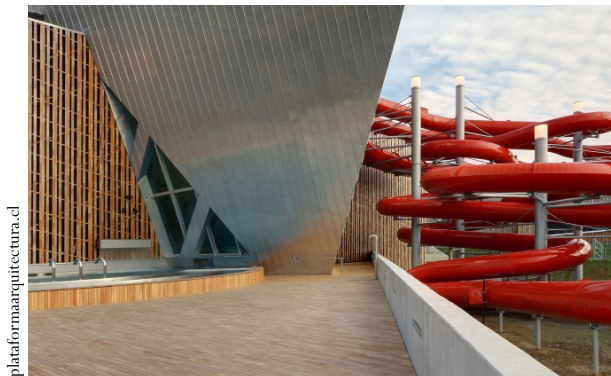
Aprendiendo de las Vegas (1977). R. VENTURI

Fig. 4: Interior Mall Southdale Center 1956, Edina, EE.UU

Fig. 5: Fachada Mall of America, Minnesota, EE.UU

Fig.6: Strip Mall en Estados Unidos

Fig. 3:Elaboración Propia



plataformaarquitectura.cl

plataformaarquitectura.cl

plataformaarquitectura.cl

Fig. 7: MyZeil Shopping Mall / Studio Fuksas, Alemania
 Fig.8: Meydan / FOA, Turquía
 Fig.9: Westside Bruennnen /D.Libeskind, Suiza

interior con el exterior siendo herméticos e introvertidos. El interior es un espacio idealizado que intenta representar a la ciudad por medio de las proporciones, la luz, el clima, el mobiliario, la vegetación, entre otros, con el fin de llevar al cliente a un lugar que alude a su propia rutina pero con la pérdida de la noción del espacio exterior, siendo así un lugar moldeado como una hiperrealidad. Para obtener mayores ganancias, el mall debe hacer de su espacio un lugar atractivo facilitando la función comercial por medio de un recorrido lógico y simple que atraiga al cliente a una experiencia de estancia o paseo.

El mall, además de ser una entidad económica, tiene una importante connotación social pues se considera un espacio privado de uso público, como un lugar de encuentro e interacción. Esto implica que aunque sus dueños establezcan restricciones al uso y acceso por parte de terceros, en general se encuentra abierto a todos los habitantes.

Considerando las funciones del centro comercial cerrado (administración única, arriendo de espacios y uso público) “el negocio del mall no está directamente ligado a la venta de mercancías sino que a la “administración de espacios públicos de calidad” y sus utilidades provienen del

canon de arriendo que otros actores están dispuestos a pagar por ocupar un espacio en su interior o en las zonas aledañas.” (SALCEDO, DE SIMONE, 2012)

En el mundo actual existe una desarrollada industria del mall, la asociación International Council of Shopping Centers y la revista Shopping Center Today, publican y se reúnen periódicamente para debatir distintos problemas y preocupaciones como por ejemplo, las diversas técnicas para mejorar el rendimiento de sus espacios. En nuestro país hace ya unos años existe la Cámara Chilena de Centros Comerciales el cual tiene un objetivo similar.

El diseño y la arquitectura de los centros comerciales que siguen al modelo original fueron muy influenciados por un ámbito funcionalista. Sin embargo, en la actualidad son pocos los patrones originales que pueden reconocerse en los desarrollos de proyectos nuevos debido a que “responden a cambios radicales en la sociedad de consumo, donde la compra de bienes fue reemplazada por el consumo de experiencias” (SALCEDO, DE SIMONE, 2012).

Existen tres cambios en la tipología original:

1) **Localización:** En un principio se ubicaban en la periferia de la ciudad como respuesta al uso del automóvil, no obstante, pasaron a proyectarse centros comerciales en áreas urbanas consolidadas debido al proceso de crecimiento urbano y de oportunidad de mercado. Este proceso es llamado “infilling”.

2) **Morfológico:** El mall pasó de ser completamente hermético e introvertido a formar parte de la ciudad por medio de una conectividad directa al transporte público, infraestructura cultural, bulevares, plazas, jardines y otros espacios exteriores.

3) **Programático:** a la venta de productos se han sumado espacios de gastronomía, entretención, cultura, servicios, oficinas, etc.

En este sentido el mall deja de ser considerado como un “No-Lugar”, es decir un espacio moderno o contemporáneo que “no genera identidad singular ni relación, sino soledad y similitud” (AUGE, 1986), pues con las nuevos métodos de movilidad y telecomunicaciones, las dimensiones físicas del inmueble se diluyen y adquieren un radio de influencia urbana

de gran magnitud. Con ello se constituye un “Superlugar”, un sistema que no depende de los límites de un solo edificio, capaz de dominar el territorio generando una fuerte urbanización y grandes flujos de masas de usuarios, un espacio híbrido entre lo público y lo privado, que sumado a la cultura del consumo “*convierten al mall en el lugar más significativo de la experiencia urbana contemporánea*” (SALCEDO, DE SIMONE, 2012)

Anexo 1: Tipos de Mall

Anexo 2: Hogares mínimos necesarios para vender \$300.000 US al año en Chile

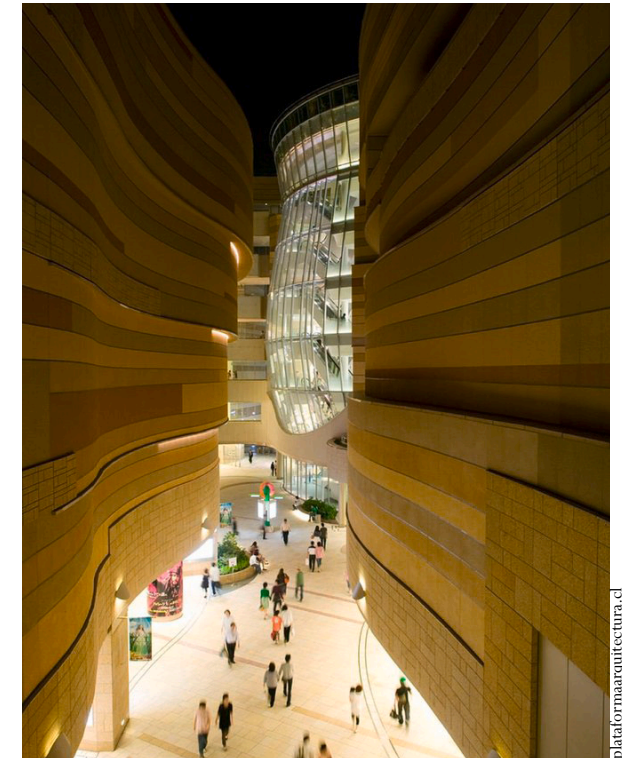


Fig 10: Boulevard del Mall Namba Park, Osaka, Japon
Fig 11: Fachada del Mall Emporia, Malmo, Suecia



Fig. 12: Centro Comercial Apumanque
 Fig. 13: Vista aérea de Parque Arauco Shopping Center 1985.
 Fig. 14: Acceso original a Mall Plaza Vespucio.

El Mall en Chile

El primer mall en Chile llegó a principios de la década de los 80', tardíamente comparado con el resto del mundo el cual la tipología se difundió en los años 60'. La primera construcción de características similares fue el Apumanque; no obstante, la tipología centro comercial cerrado como tal fue el Mall Parque Arauco en Santiago, ubicado en ese entonces en la periferia de la ciudad a un costado de la carretera, al igual que el modelo norteamericano.

El mall se instaura prácticamente en conjunto con el desarrollo de un modelo económico neoliberal, en un período de crecimiento urbano asociado a la liberación del mercado de suelos y a la consolidación del capital inmobiliario privado. Asimismo, al momento de la llegada del primer centro comercial la planificación territorial por parte del Estado era precaria o simplemente inexistente.

Desde los años 90', el modelo se extendió y desarrolló vastamente por todo el país adaptándose a la idiosincracia local, logrando posicionarse como la nueva plaza pública. En los 80', el mall no existía como alternativa en las encuestas sobre el uso del tiempo libre,

mientras que en el año 2004, el 82% declaró ir al mall o centros comerciales al menos una vez al mes, siendo así la actividad más recurrente fuera de casa. (Encuesta de consumo cultural y uso del tiempo libre 2004). Es más, el subgerente de Estudios y Marketing relacional de Parque Arauco, Christian Oros, señala que “el mall llenó los espacios públicos, porque no existían.”

La tipología del mall en Chile es consecuencia del éxito en el progreso económico y comercial del sector del retail, el cual si bien se estableció en el país en la década de los 80', ha crecido exponencialmente desde la llegada del siglo XXI. Según datos oficiales del gobierno (estudio realizado por la Comisión Chilena del Cobre, COCHILCO), las ventas del comercio representa cerca de un 11% del PIB de Chile (mientras que la minería simboliza alrededor de un 12%), representando además, según datos de las encuestas INE y Casen, cerca del 15% del total de empleados en Chile el cual equivale alrededor de 1.2 millones de personas.

“El aumento del poder adquisitivo de los chilenos detonó, en menos de treinta años, un acelerado cambio en los modos y estilos de vida de la población. Estas nuevas tendencias

instalaron el consumo de bienes y servicios como una de las actividades constitutivas de su identidad.”(CÁRCAMO-HUECHANTE,2007)

Según información entregada por un estudio realizado por el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (Pnud), **el 75% de la población chilena dice que gasta su tiempo libre en “ir de compras”**, lo que hace de esta actividad la segunda más frecuente de los chilenos, después de “ver televisión” y antes de “juntarse con amigos/familiares”.

Además, de acuerdo a datos recopilados por la International Council of Shopping Centers (ICSC) en el año 2015, **Chile es el país con mayor cantidad de metros cuadrados arrendables de mall por habitante en Latinoamérica**. Según estas estadísticas hay más de 3,5 millones de metros cuadrados de superficie arrendable de mall, lo que al ser calculado por cada 100 habitantes resulta una cantidad superior a los 22m2 por cada centenar de población. Es más, según expertos de la Cámara Nacional de Comercio (CNC) la industria del retail seguirá creciendo con altas expectativas en los próximos años con aproximadamente un 4% anual. El retail es capaz de evolucionar, de innovar y de adaptarse a las cambiantes demandas de la ciudadanía,

fig.15

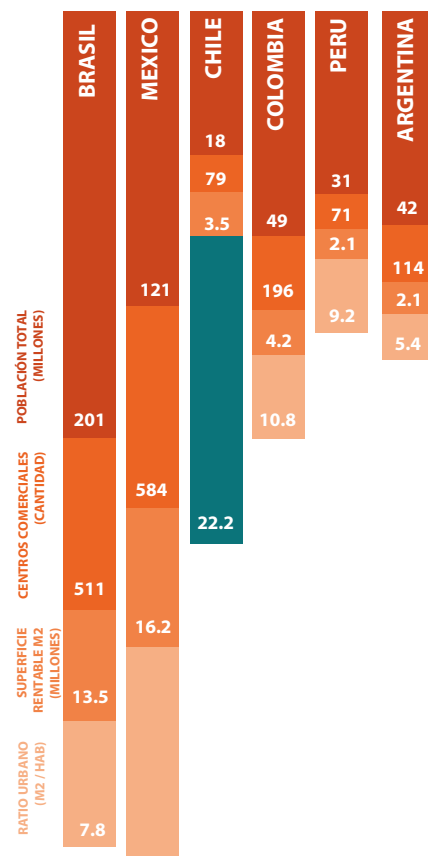


fig.16

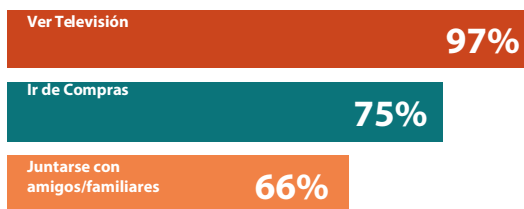
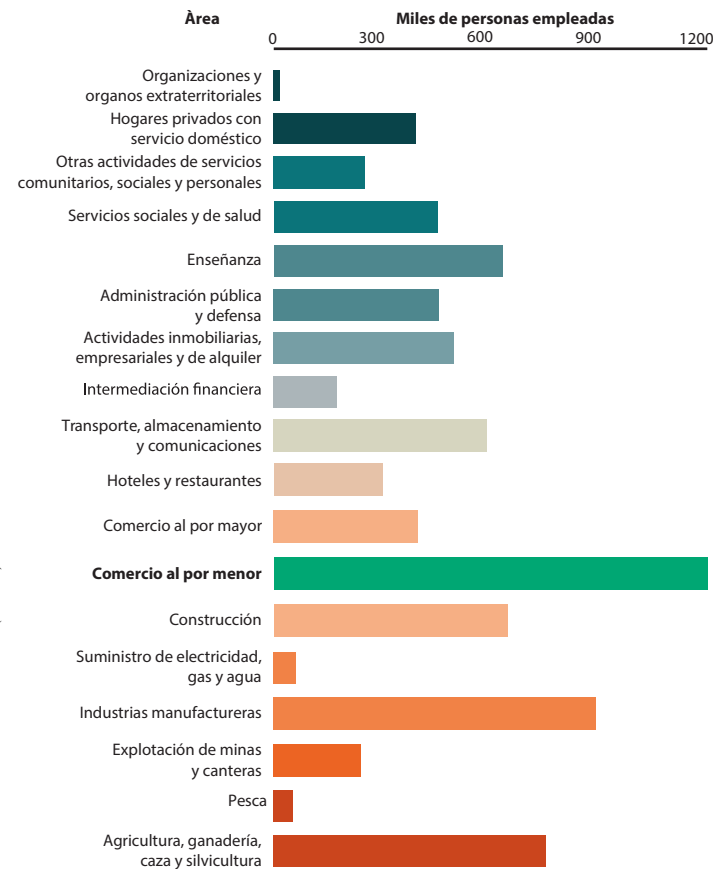


fig.17



Elaboración Propia en base a Reporte 2015 de la industria de centros comerciales en América Latina. (ICSC)

Elaboración Propia en base a Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (Pnud)

Elaboración Propia en base a Encuesta Casen e INE

fig.15:m2 arrendable de centro comercial por habitante
 fig.16: Actividades que más realizan los Chilenos
 Fig. 17: Total empleados en Chile 2015



picasaweb.google.com



accionr.se.cl



static.panoramio.com

Fig. 18: Mall Casa Costanera. Apertura hacia la ciudad.
 Fig. 19: Mall Plaza Egaña. Fachada frontal
 Fig. 20: Mall Parque Arauco. Boulevard al aire libre

considerándose como parte fundamental y motora en la economía del país, a tal punto que el modelo chileno se ha comenzado a exportar por todo latinoamerica.

El mall en Chile también ha experimentado transformaciones a través de los años con el afán de atraer constantemente al cliente sufriendo incesantes transformaciones de marketing, como por ejemplo se generan fachadas más atractivas, se eliminan los espacios cerrados por boulevares abiertos, se implementan nuevos recintos para mantener el flujo de posibles clientes tales como oficinas, salas de exposiciones, clínicas médicas, bibliotecas, librerías, centros educacionales, gimnasios, por nombrar algunos. De esta manera el mall es considerado como un Sub-Centro urbano dentro de la misma ciudad.

Un caso emblemático de fracaso es el mall Punta del Sol en Rancagua, el primer centro comercial regional del país construido a principios de los 90'. Si bien tenía variedad de tiendas de retail, no obtuvo ninguna tienda ancla por lo que no fue lo suficientemente atractivo para el público, sumandose la a lejana ubicación del mall respecto del centro urbano.

Por consiguiente, para que un mall sea comercialmente exitoso se recomienda respetar los siguientes puntos:

- Ubicación favorable
- Existencia Tiendas Ancla
- Mix de tiendas de retail
- Adaptabilidad a nuevas tendencias y usuarios
- Marketing y diseño

Por otro lado, desde un punto de vista social, el mall ha reemplazado a la “cultura de mercado” por “una cultura de consumo” según (Crawford,2004), pasando a ser un estilo de vida donde “el modo de consumir entrega un estatus social”(Bauer,2000) y donde “los bienes materiales establecen significados públicos” (Bauer,2000). En este sentido, el director del Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (Pnud), Pablo Gonzales, señala “[...] La publicidad ha instalado la idea de la gratificación a partir del consumo, en que las personas ‘merecen’ gastar en ellas mismas [...]”.

“Al menos desde comienzos de los 90, los centros comerciales criollos se convirtieron en parte importante del imaginario sociocultural y de las aspiraciones de la “nueva clase media”, emergente y vulnerable, que comenzaba a aparecer en el país. Estos nuevos grupos, ansiosos por adquirir una

identidad acorde con su nueva condición social, rápidamente adoptaron el mall y modificaron sus pautas de consumo y recreación para darle cabida en sus vidas.” (SALCEDO, DE SIMONE, 2012)

Siguiendo el punto anterior, el mall fortalece la identidad de la comunidad puesto que al entregar un inmueble avaluado en millones de dólares con los servicios y productos de todo el mundo se genera un sentimiento de orgullo y éxito, como además una sensación de integración e igualdad con el resto del país.

En resumen, los mall son espacios dinámicos que se transforman rápidamente e involucran distintos aspectos de la vida de los habitantes, satisfaciendo necesidades de consumo, entretención, socialización como también generando identidad ciudadana. Si bien son espacios en que la exclusión y vigilancia no han desaparecido completamente, estos son apreciados por las personas de todos los estratos sociales, generando una sensación colectiva de éxito pues han logrado identificar las necesidades de los habitantes, cambiando y reinventándose a medida que el país avanza. Tanto es así que los usuarios son capaces de adoptar y apropiarse de estos espacios siendo parte significativa de su cotidianidad.

“[...]los malls son además ventanas a la modernidad, aspiraciones al confort y al bienestar que en sus vidas cotidianas parece arduo alcanzar. En fin, los malls son reflejos de nuestras sociedades, con sus virtudes y sus defectos.” (SALCEDO, DE SIMONE, 2012)

El mall chileno dejó de ser un mero objeto arquitectónico, pues hay que considerarlo como un discurso complejo y multidiverso en lo urbano, económico y social, tanto así que logra suplir el rol del Estado chileno en términos de espacio público.

Si bien es posible encontrar buenos ejemplos arquitectónicos, no es menos cierto que existen los ejemplos menos exitosos los cuales se ciñen al diseño del formato antiguo, con numerosos pisos de estacionamiento y tiendas con poca relación con la vereda, con el fin de rentabilizar al máximo sus ganancias en desmedro de variables paisajísticas, arquitectónicas, urbanas, sociales y patrimoniales, lo que es más notorio en ciudades de pequeña escala que se encuentran en crecimiento y que tienen una identidad única.

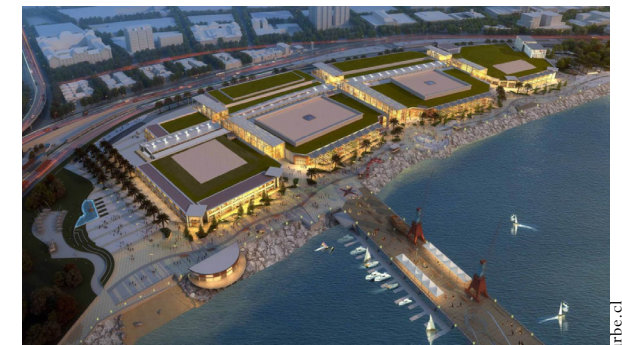


Fig. 21: Mall de San Antonio
Fig. 22: Mall de Puerto Montt
Fig. 23: Mall Muelle Baron



Elaboración Propia



Elaboración Propia



Elaboración Propia

Fig. 24: Vista desde calle P.Montt. Hotel Unicornio Azul y Mall
Fig. 25: Vista desde calle Serrano. Vivienda aledaña al Mall
Fig. 26: Interior del Mall Paseo Chiloé

El Mall de Castro

El caso más polémico de impacto al patrimonio de Chile en los últimos años ha sido el Mall Paseo Chiloé, más bien conocido como el Mall de Castro (Planimetría en anexo 3). Este comenzó su construcción el año 2010 y abrió por primera vez sus puertas en agosto del 2015. Este se encuentra ubicado en el casco histórico de la ciudad generando gran controversia entre distintos actores sociales debido a su ubicación urbana, escala y procedimiento ilegal de la edificación.

El Plan Regulador Comunal (PRC) del año 2007 no permitía construcciones de gran escala al interior del casco histórico, sin embargo, el año 2008 se aprueban las modificaciones al PRC permitiendo edificaciones de este tamaño. Es en este mismo año que el Municipio de Castro aprueba la propuesta privada del Grupo Pasmarr de un nuevo centro comercial de 22.000 m², no obstante este permiso contaba con variadas irregularidades legales. (Para mayor información ver anexo 4, informe completo del Colegio de Arquitectos)

Durante el año 2010 comienza la construcción del actual mall. El año 2011 la Dirección de Obras Municipales emite órdenes de

paralización de obras debido a que se concretaba un proyecto distinto según el aprobado previamente. Pese a ello la construcción del mall no se detiene, se rechazan los mandatos de paralización y las multas que le siguieron. Es en este momento que se publica la primera imagen de la construcción del controversial mall. Luego se descubren variadas ilegalidades del edificio, tanto en escala como en la altura, en la relación con la vía pública, en la cantidad de estacionamientos permitidos y en el impacto vehicular, las cuales estas fueron obviadas y/o legalizadas por parte de la municipalidad.

Al poco tiempo después, la Unesco exigió un informe sobre la conmoción del mall, considerándolo como un “impacto negativo” por su escala e imagen al “valor universal excepcional” del Patrimonio de la Humanidad de la Iglesia de San Francisco la cual se encuentra a poca distancia del mall de Castro, por lo que sugiere demoler los últimos pisos con la finalidad de mitigar su impacto visual, sin embargo esta propuesta fue desestimada por el Grupo Pasmarr. A mediados del año 2014, la Unesco advirtió que evaluará el ingreso de las 16 iglesias de Chiloé a la Lista de Patrimonio Mundial en Peligro, en el caso de que Chile no adoptara acciones tendientes a proteger las iglesias de Castro y las del resto

de la isla. A raíz de ello, Chile presenta un informe sobre el estado de conservación de los sitios de patrimonio en protección, los cuales son aprobados por la Unesco en julio del 2015. Esto ocasionó que las iglesias no fueran ingresadas al Patrimonio Mundial en Peligro.

“¿Qué tal si nos quedamos con un mall más y un Patrimonio de la Humanidad menos?” “[...] Castro pasaría de ser un lugar único por su relación con su paisaje y cultura, a un lugar más, soporte de una operación mercantil avasalladora, irrespetuosa y banal”. RENATO VIVALDI. CARTA POR CASTRO, UN MONSTRUO SE SENTÓ EN LA CIUDAD. 2012

A pesar de los visibles problemas que presentaba el mall, este fue aprobado por un 94% de la comunidad encuestada por la municipalidad de Castro (Noticia sobre éxito económico en Región de Los Lagos en anexo5) Cabe señalar que la isla se encontraba desprovista de ciertos servicios que la comunidad chilota estimaba como necesarios, de espacios “públicos” con actividades y servicios que proporcionarían protección del clima adverso, pues para poder acceder a este tipo de beneficios era necesario trasladarse a Puerto Montt, viaje que desde Quellón tiene una duración de cinco horas y tres desde Castro. El Mall de Castro es un “orgullo” para los habitantes del archipiélago,



Fig. 27-28-29-30-31-32: Reacciones de los medios de comunicación

pues evidencia un sentimiento colectivo de inclusión, justicia e igualdad respecto de la sociedad chilena.

La pérdida de calidad entre el paisaje construido y el natural es síntoma de un acelerado proceso de transformación que ha experimentado Chiloé, debido a la activa inversión de capitales privados y a la especulación inmobiliaria que están impactando en el territorio sin respetar la fragilidad de los valores culturales y ambientales locales.

El año 2013 el Colegio de Arquitectos delegación Chiloé, informó que la misma inmobiliaria que construyó el Mall de Castro, Grupo Pasmor, **compró terrenos en pleno centro de la ciudad de Ancud y proyecta construir un nuevo recinto comercial de características similares.** Como reacción, la Dirección de Obras local suspendió el otorgamiento de permisos de edificación mientras se tramita el nuevo Plan Regulador Comunal de Ancud.

Si bien el Mall de Castro satisfizo las necesidades comerciales de la zona centro de la isla y cumplió con los requisitos básicos para que un centro comercial sea exitoso, este fue proyectado en base al antiguo paradigma

del centro comercial: un espacio cerrado e introvertido con la ciudad que no respeta su entorno, con el fin de rentabilizar al máximo el inmueble; se convierte en un mundo aparte dentro de un contexto único, una barrera con poca sensibilidad arquitectónica cuyo único

fin es el consumo cuando pudo haber sido un espacio dinámico evocado a la cultura, a la entretención, a la experiencia, en fin, un espacio evocado a la ciudad.

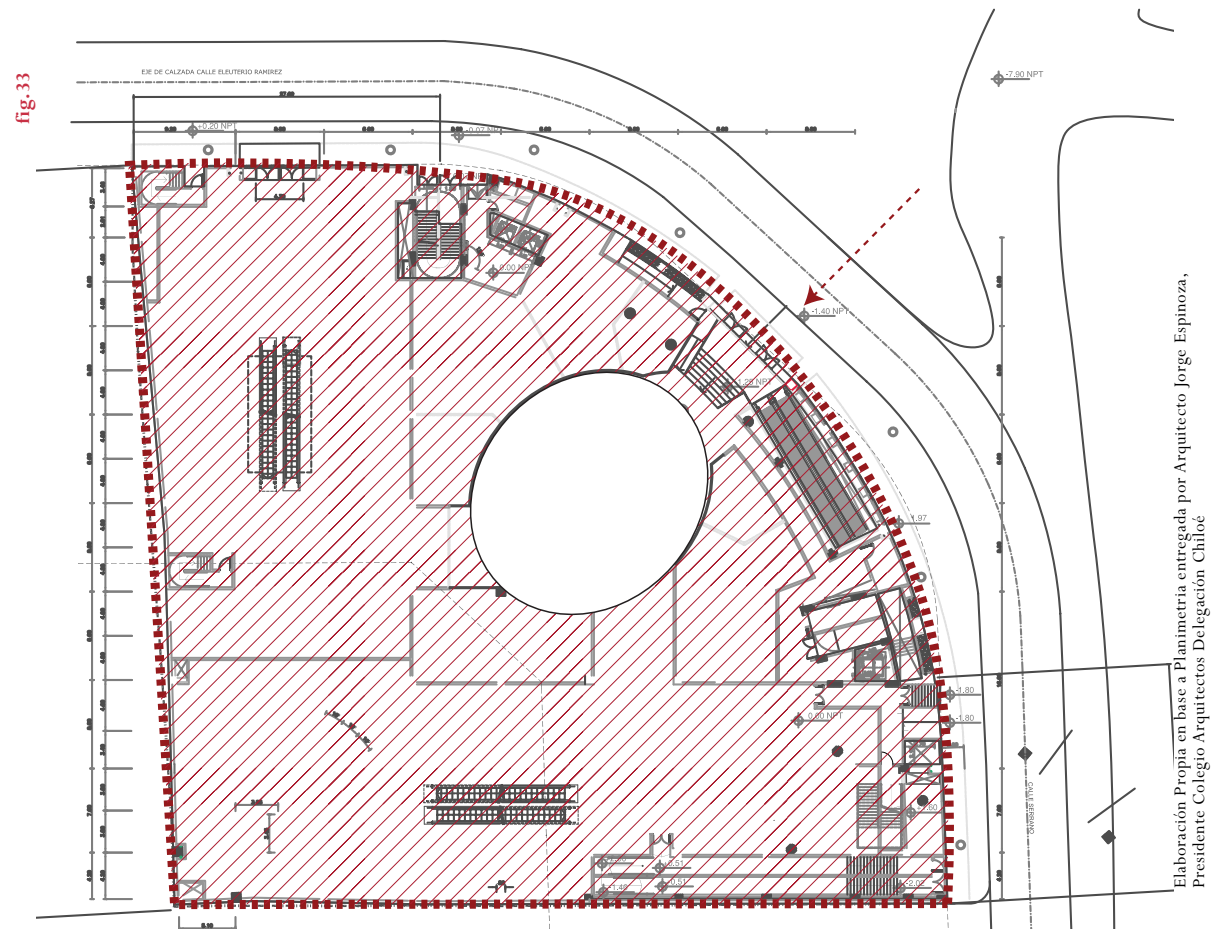


Fig. 33: Planta tipo Mall de Castro. Existe un hermetismo del inmueble en relación con la vereda, pues solo existe una entrada peatonal. No hay relación interior/exterior. El espacio público entregado es mínimo, pues solamente equivale a un 15% del total del inmueble. Es considerado como un espacio de circulación.

CAPITULO III

Análisis Territorial

"Aprender del paisaje existente es la manera de ser un arquitecto revolucionario".

VENTURI, R., 1977, Pág.22, Aprendiendo de las Vegas, El Simbolismo Olvidado de la Forma Arquitectónica

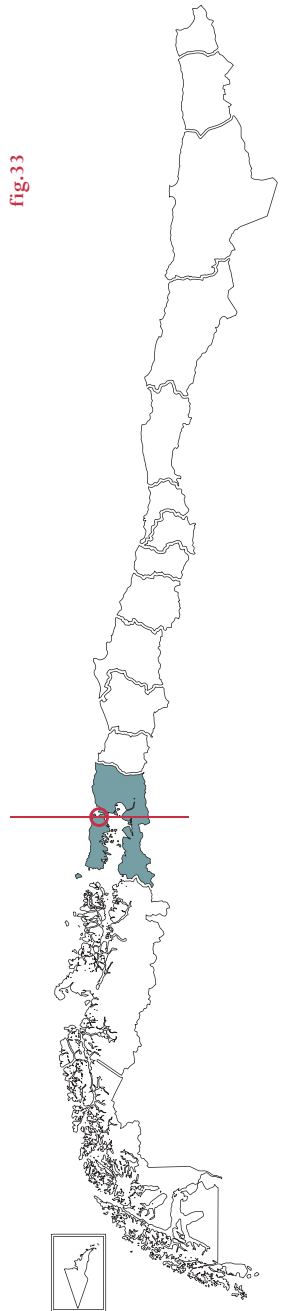


fig.33

Elaboración Propia

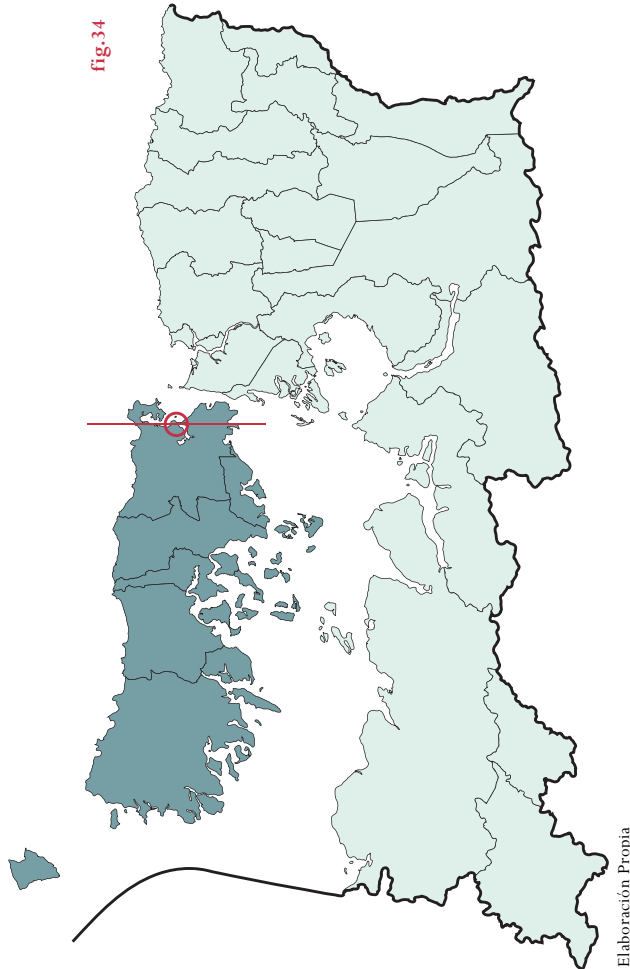


fig.34

Elaboración Propia

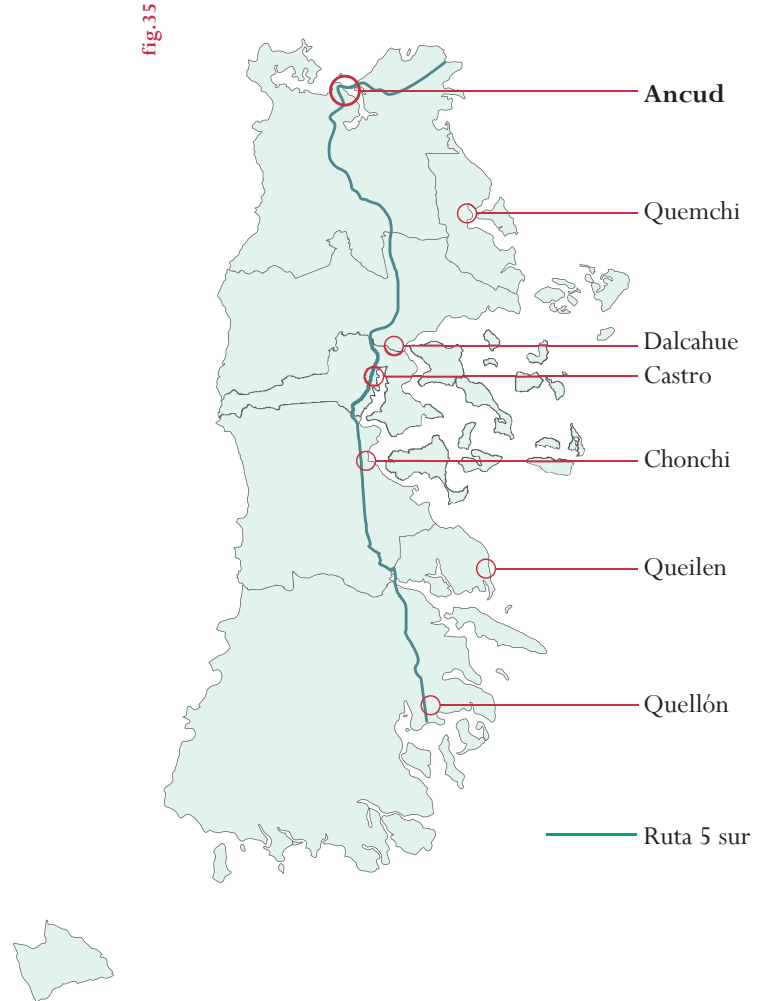


fig.35

Elaboración Propia

Fig. 34: Chile:
 Fig. 35: Región de los Lagos:
 Fig. 36: Archipiélago de Chiloé:

El Territorio

Chiloé es parte de las 4 provincias de la X Región de Los Lagos. La Provincia de Chiloé se divide en 10 comunas, siendo su capital la ciudad de Castro. En esta zona la Cordillera de la Costa se hunde en el mar para luego sobresalir con una menor altura formando de esta manera a la Isla Grande de Chiloé, la cual tiene una superficie de 8.000km² aproximadamente. El archipiélago es separado del continente por medio del canal de Chacao y, a diferencia del continente, el valle central es reemplazado por un mar interior delimitado por la Cordillera de los Andes por el oriente y por la Isla de Chiloé por el occidente.

La condición geográfica de la isla posibilita que el mar interior tenga la característica de poseer aguas calmas, lo que facilita la articulación de diversos asentamientos humanos en torno a él. La condición geográfica de aislamiento en conjunto del complejo y reacio paisaje terrestre, obligó habitar los bordes costeros y dominar las tierras para el cultivo agrícola, estableciendo de esta manera una relación entre el hombre, la tierra y el mar.

El clima del archipiélago es marítimo lluvioso, con temperaturas superiores a los 20° C durante la época estival y con temperaturas bajo 0° C durante el extenso invierno (aproximadamente 8 meses, aunque la lluvia también se encuentra presente durante el verano). La precipitación media anual alcanza alrededor de 2500mm, siendo el mes de julio el más lluvioso. La lluvia y el viento son factores determinantes en la forma de habitar la isla, pues la luz y el cielo gris muta a cada instante a causa del viento y la lluvia le da brillo y luminosidad al paisaje.

En este escenario, la humedad del suelo y de la atmósfera favorece a la frondosa vegetación, siempre intermitente por la presencia de aguas como ríos, lagos y canales. La variedad de especies arbóreas han determinado la forma tradicional de construcción de los asentamientos chilotes y de su arquitectura. La madera provenía del bosque higrófilo (“bosque de Chiloé”) como por ejemplo el alerce (característico de la zona), laurel, lingue, mañío, roble, ulmo, tenio, tepa y el coigüe.

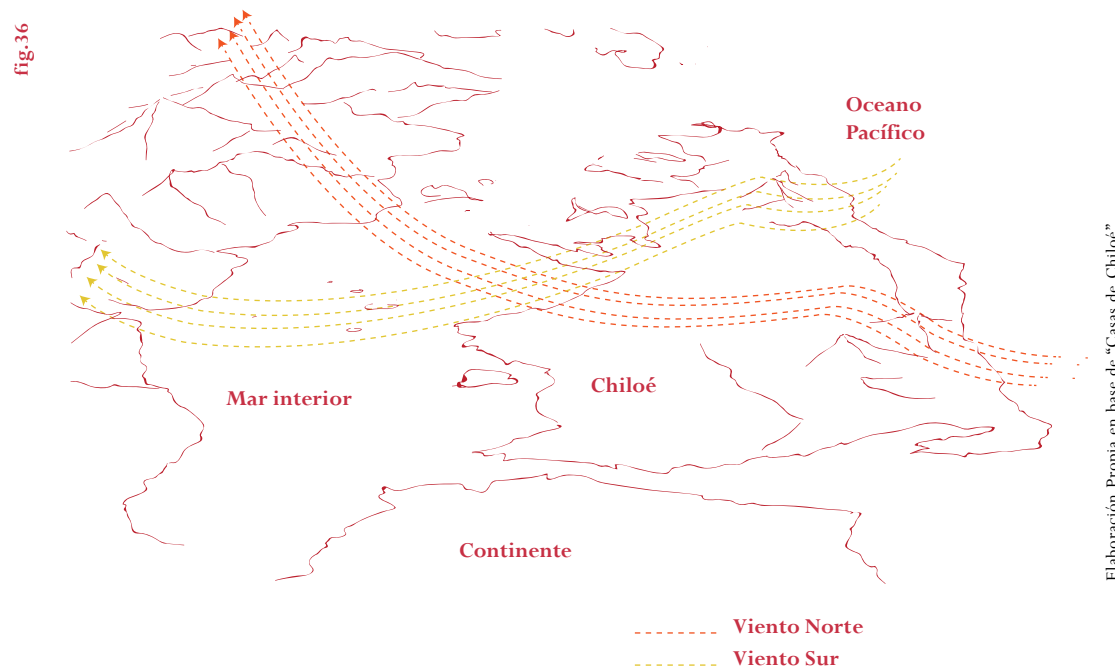
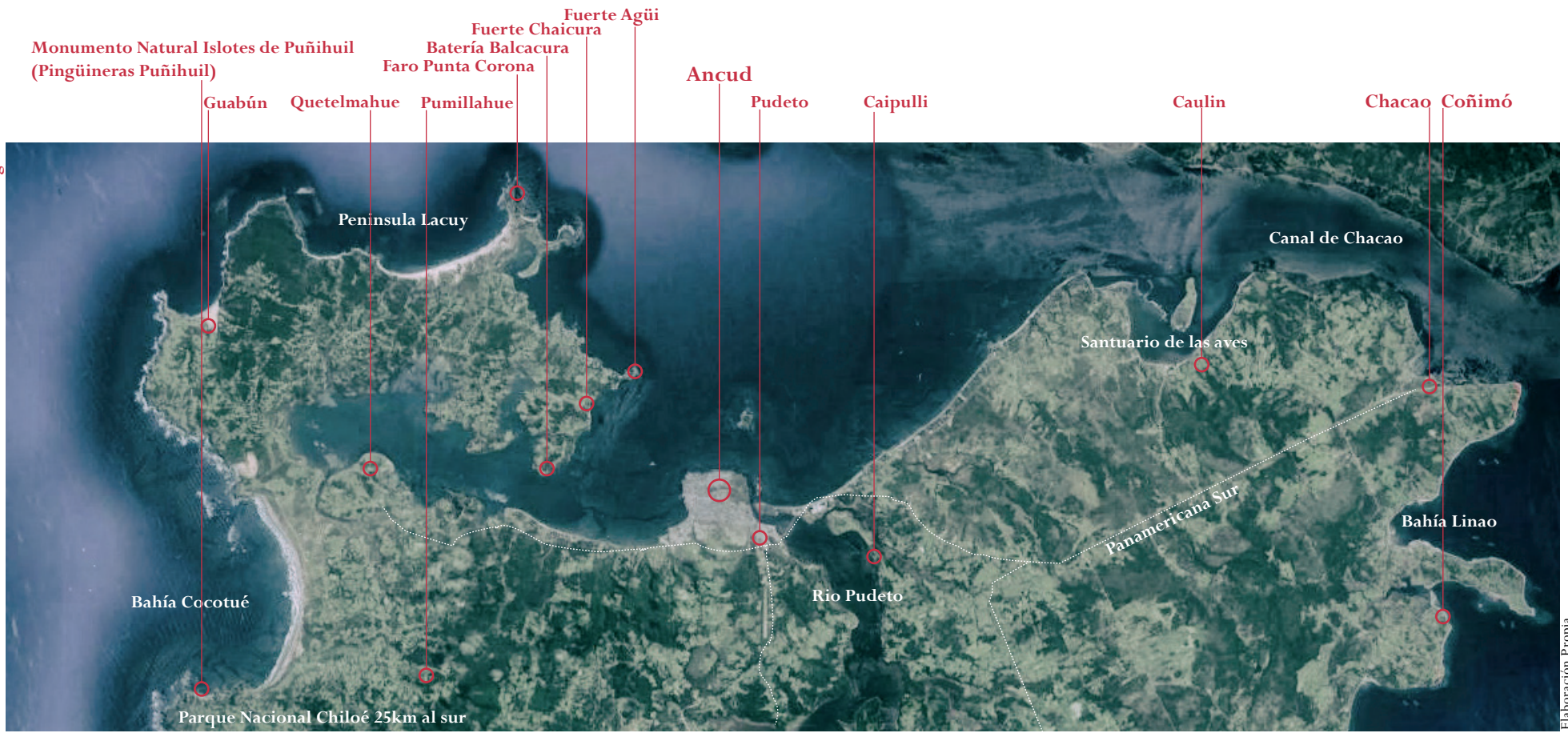
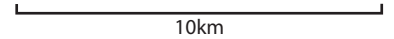


fig.37



Elaboración Propia

Ancud en relación a la Isla de Chiloé



10km

Ancud

Ancud es la ciudad de mayor relevancia de la zona norte de la isla, siendo la principal proveedora de servicios administrativos, comerciales y económicos, transformándose en la puerta de entrada de Chiloé.

La población de la comuna de Ancud según el Censo de Población y Vivienda 2012 es de 40.819, representando al 24,34% del total de habitantes de la isla y siendo la segunda comuna de mayor demografía de Chiloé luego de Castro.

En relación a los ingresos económicos el 92% (38.712) es considerado como No Pobre (INE 2012). Según la encuesta Casen 2011, los ingresos medios de los hogares ancuditanos llegaban a la cifra de \$648.987, presentando una cifra mayor de ingresos en comparación con el resto de la Región.

Según cifras del Censo de población del año 2002, las actividades económicas de la población de la comuna de Ancud se desarrolla en tres funciones principales; La pesca (18%), comercio minorista (13,4%) y la agricultura (11%).

Según los resultados del PLADECO (periodo 2015-2018), la poca industrialización e inversión

en la pesca y agricultura en Ancud, debido a que principalmente estas inversiones se encuentran en Castro, ha generado un proceso de emigración de los trabajadores a otras comunas donde existen mayores alternativas, oportunidades y calidad de empleo.

Cabe mencionar que a mediados del año 2005 el virus ISA provocó el desplome de la industria salmoner generando la desaparición de la gran mayoría de centros de cultivos salmoneeros, provocando a su vez una crisis económica que evidenció el problema de la débil estructura del monocultivo. Además la detonación de la crisis ambiental y social, surgida por la supuesta marea roja a principios del año 2016, demuestra la fragilidad de la configuración económica de Chiloé.

En este sentido, el perfil comunal tanto del municipio como de la comunidad de Ancud **presenta al turismo como un gran potencial y oportunidad para impulsar el desarrollo productivo local.**

En la isla en general, el potencial turístico proviene del Paisaje Cultural, destacándose variados atractivos naturales y recorridos en torno a las iglesias Patrimoniales, siendo Castro el punto de mayor atracción de turistas,

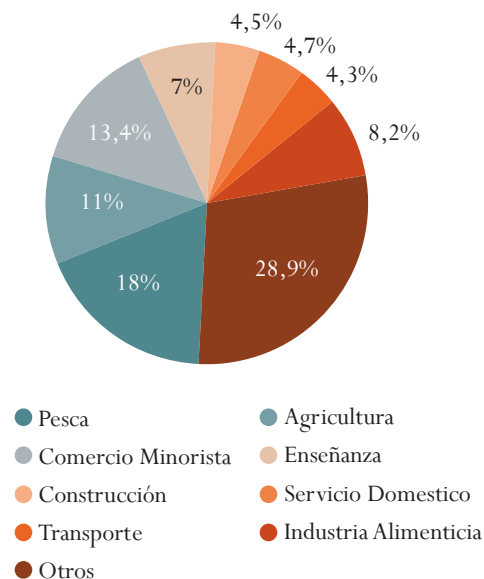


Fig. 38: Actividades laborales de Ancud
Fig. 39: Iglesia de Nal



Elaboración Propia



wikimedia.org



hostalriopuntra.cl

Fig. 40: Vista desde calle P.Montt. Hotel Unicornio Azul y Mall
Fig. 41: Vista desde calle Serrano. Vivienda aleña al Mall
Fig. 42: Interior del Mall Paseo Chiloé

seguido por Ancud, debido al buen nivel de equipamiento, conectividad y atractivos de la zona.

La comuna de Ancud cuenta con dos importantes áreas silvestres protegidas: el Parque Nacional Chiloé y el Monumento Natural Islotos de Puñihuil (Pingüineras), siendo este último el mayor atractivo turístico de la zona. Respecto a las zonas silvestres protegidas privadas, se encuentra la Reserva Ecológica Puquelinhue, el Parque Ecológico y Mitológico de Chiloé y La Estación Biológica senda de Darwin. Estos lugares protegen una enorme cantidad de biodiversidad de flora y fauna, tanto terrestre como marítima, que representan el patrimonio natural de Chiloé y constituyen un paisaje único.

Entre otros atractivos turísticos en los alrededores de Ancud destaca la península de Lemuy por sus paisajes y el patrimonio construido como el faro Punta Corona y los fuertes Agüi y Chaicura. También existen unas pequeñas iglesias de pueblos cercanos como Chacao, Nal, Caulín, entre otras. Mientras que en el área urbana de Ancud se distinguen los monumentos históricos del Fuerte San Antonio y el Polvorín, el sector Arena Gruesa, mirador del cerro Hueihuén, el Río Pudeto, el Río Quempillen y el Balneario Lechagua.

La Historia

El sector de la bahía de Ancud reúne ámbitos históricos, paisajísticos y arquitectónicos que manifiestan los diferentes procesos de desarrollo social y cultural del archipiélago de Chiloé. Existen evidencias arqueológicas que demuestran que existían asentamientos humanos de hace más de 6.000 años en la desembocadura del río Quilo. Al momento de la conquista española en la isla, la mayor parte de ésta era habitada por Huilliches.

La ciudad de Ancud fue fundada en el año 1768 por el español Carlos de Berenguer, por orden del virrey del Perú con el propósito de crear fortificaciones planificadas estratégicamente como una manera de crear puntos defensivos para controlar amenazas principalmente de piratas, ingleses y holandeses, que recorrían los mares del pacífico sur. Este sistema articulado de defensa fue llamado el fuerte Real de San Carlos. Los primeros habitantes fueron trasladados a la fuerza desde la villa de Chacao.

Inicialmente llamada San Carlos de Chiloé, se convirtió en el puerto principal de toda la isla siendo sede de la Intendencia de Chiloé, llegando a ser la capital política y militar de este territorio.

Luego de la Independencia de la República de Chile, se intenta derrotar e incorporar al territorio nacional a la última defensa española del sur de América: la isla de Chiloé, hecho que no fue posible hasta el año 1826.

En el año 1834 el fuerte pasa a ser la capital de la provincia. Como puerto estratégico, el rubro comercial se mantuvo altamente activo, principalmente debido al auge maderero, provocando un enorme progreso de la ciudad y **el desarrollo de barrios comerciales en las inmediaciones del puerto, destacándose las calles Prat, Dieciocho, el Mercado y el barrio de palafitos de La Arena** (desapareció en el maremoto de 1960); este hecho se mantuvo hasta la apertura del Canal de Panamá, que perjudicó los índices económicos de toda la Isla. Con la llegada del ferrocarril a Puerto Montt en el año 1912 y la apertura del Canal de Panamá en 1914, el archipiélago es afectado enormemente y Ancud pierde su calidad de puerto internacional lo que marca el inicio de un lento proceso de decaimiento económico.

La importancia de Ancud dentro de este periodo no solo radica en lo económico, puesto que en la época de esplendor de la ciudad se crearon unos de los centros educacionales más importantes de la zona sur de Chile a los que acudían estudiantes



Archivo del Museo Regional de Ancud



Archivo del Museo Regional de Ancud



Archivo del Museo Regional de Ancud

Fig. 43: Vista desde el mar hacia la antigua iglesia de Ancud

Fig. 44: Aduana de Ancud

Fig. 45: Vista desde calle Blanco Encalada



de todo el país. Además la ciudad tuvo un sello único debido a la influencia que ejercieron los colonos europeos que trajeron variadas industrias manufactureras que aportaron al desarrollo del comercio.

El fuerte terremoto y maremoto del año 1960 fue devastador para Ancud, el cual arrasó con todo su borde mar y parte del casco histórico de la ciudad, derribando la gran mayoría de las construcciones de palafitos e incluso la imponente y antigua Catedral; esto significó la sepultura del auge y esplendor histórico de la ciudad. Una de las consecuencias del sismo fue el colapso del patrimonio arquitectónico neoclásico, el cual fue reemplazado por estructuras de hormigón.

Años más tarde, en 1976, la capital provincial se traslada a Castro, situación que será definitiva con la nueva Regionalización de 1979.

Fig. 46: Muelle de Ancud, 1920

Fig. 47: Fotografía Aérea de Ancud

Fig. 48: Demolición Iglesia de Ancud luego del terremoto del 60'

El Simbolismo

Un ámbito importante dentro de la cultura chilota es el elemento de la madera, el cual es un recurso que el medio ambiente ofrecía en grandes cantidades y calidad. La arquitectura se expresó y unificó por medio de este material anexado íntimamente al medio natural que permite un trabajo de textura y tonalidad; se construyeron los espacios vitales de los habitantes como casas, iglesias, galpones, muelles, entre otros.

El uso de la madera llegó a tal desarrollo que se generó una cultura y tradición de construcción con esta, como una habilidad natural y especialización de oficio de los chilotes para trabajar en ella.

La arquitectura chilota se ha caracterizado por su cualidad reinterpretativa de la arquitectura local y foránea, creando una sincretismo entre ambos.

Además de los revestimientos de tejuela, se incorpora también planchas de zinc-alum debido al costo reducido en comparación con la madera. Por otra parte los colores aparecen por medio de pinturas, papeles murales y telas.

El uso de la piedra local en la construcción también es común en muros de contención, fundaciones o tratamientos de piso. Cabe mencionar que el uso del hormigón armado es parte de la imagen local debido principalmente a la arquitectura moderna.

Los edificios, tanto tradicionales como contemporáneos, responden a patrones comunes como el aprovechamiento del calor interior, el uso de la madera, la independencia del suelo de fundación y la expresión volumétrica a través de techos de fuerte pendiente y fachadas de acceso.

El común de las calles son de pequeña escala con veredas de poco ancho, donde su morfología responde a la irregular geografía del lugar. A grandes rasgos se presentan edificaciones de baja altura, que comprenden de uno a cuatro pisos.

fig.49



Elaboración Propia

Materialidad y Color

fig. 50



Elaboración Propia

Imagen local

fig.51



Elaboración Propia

Imagen local

fig. 52



Elaboración Propia

Volumetría y Composición

fig.53



Elaboración Propia

Calle y Percepción

fig.54



Elaboración Propia

CAPITULO IV

Proyecto



Como fue mencionado previamente, el Grupo Pasmarr, la misma empresa que proyectó el Mall Paseo Chiloé (Mall de Castro), compró terrenos en pleno centro de la ciudad de Ancud para construir un nuevo recinto comercial de características similares. En base a la información entregada en este documento, se propone un Mall en Ancud como una oportunidad de intervención en forma directa con la ciudad, rompiendo el paradigma tradicional del centro comercial cerrado, siendo una forma de articular la

complementación entre espacios públicos y privados, consolidando y revitalizando de esta manera la zona comercial, turística, social y urbana más importante del norte de la isla.

Emplazamiento

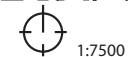
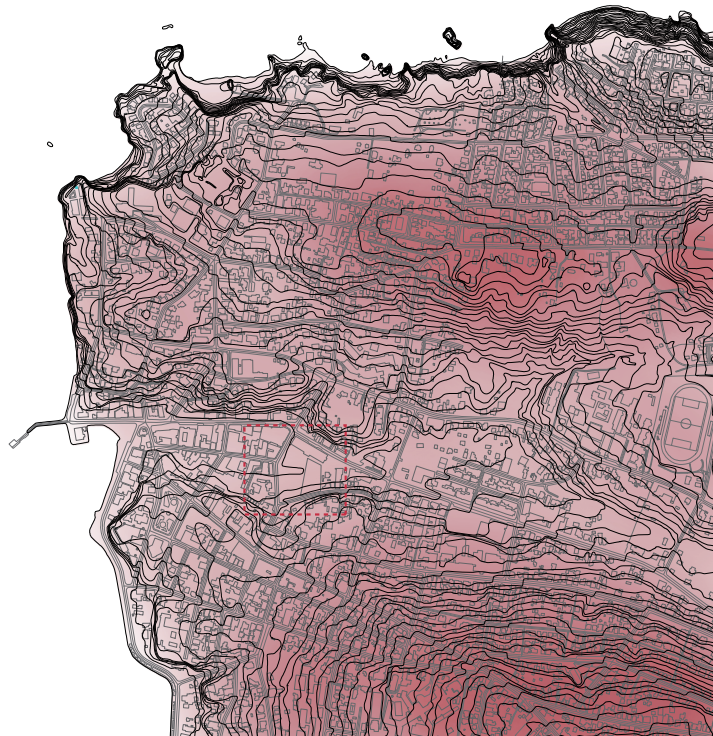
Se optó por ubicar el proyecto en el mismo terreno donde se construirá el futuro Mall de Ancud, ya que al instalar un Mall en el centro urbano, éste no compite con el comercio local sino que puede llegar a revitalizarlo debido a

los nuevos y mayores flujos de usuarios.

Además la misma empresa realizó un estudio de mercado en Ancud por lo que optó por comprar ese terreno eriazoso disponible.

Cabe mencionar que el terreno se ubica alrededor de 4mt sobre el nivel del mar, entre dos grandes lomajes que definen la morfología urbana de la ciudad.

fig.55



Elaboración Propia

Entorno

fig.56



Elaboración Propia

Área Comercial
 Terreno del Proyecto

200m

- 1 Plaza de Armas
- 2 Museo Regional de Ancud
- 3 Catedral de Ancud
- 4 Municipalidad
- 5 Fuerte San Antonio (Conservación Histórica)
- 6 Muelle

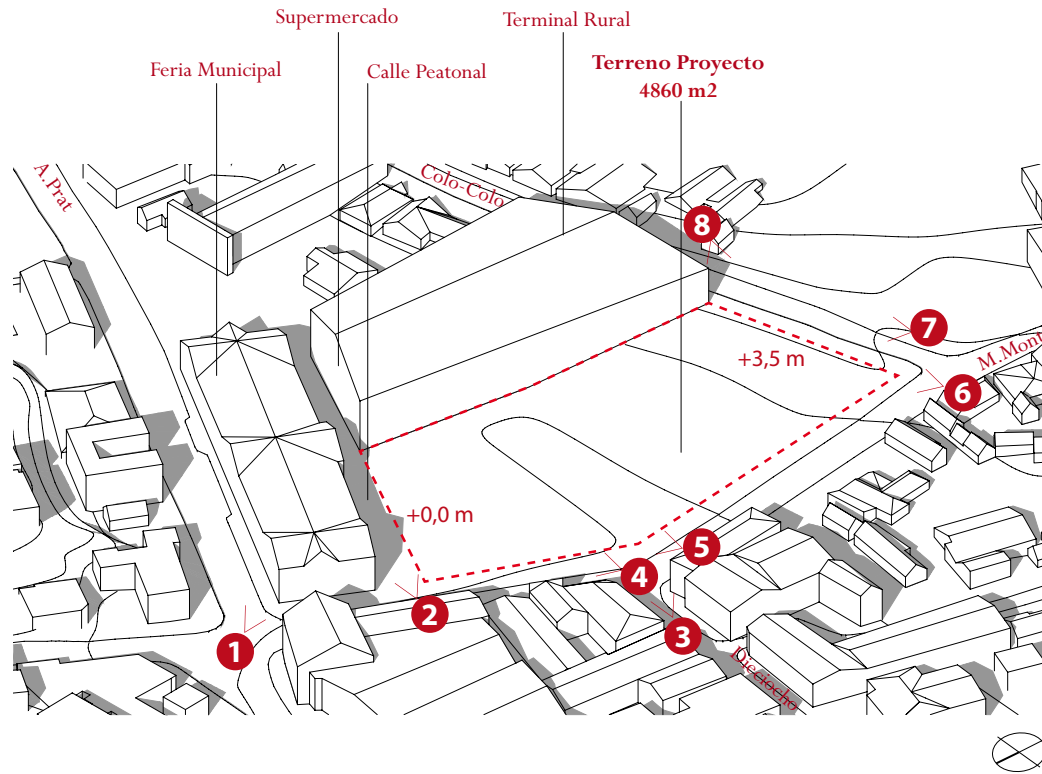
- 7 Mercado Municipal
- 8 Comisaria (Conservación Histórica)
- 9 Hospital
- 10 Feria Municipalidad
- 11 Supermercado+Terminal de buses rural
- 12 Supermercado

Vía Troncal	Vía Colectora	Vía locales
Arturo Prat 15m	Pudeto 12m	Dieciocho 10m
Anibal Pinto 15m	Pedro Montt 13,5m	E.Ramirez 12m
	Goycolea 10m	Colo-Colo 9,5m



Contexto inmediato

fig.58



Elaboración Propia

El irregular terreno de 4860m² tiene alrededor de 110m de largo y 55m de ancho en sus partes de mayor longitud. Tiene aproximadamente un 30% de pendiente, donde el deslinde norte tiene cota nivel +0,0m y el deslinde sur tiene cota nivel +3,5m aproximadamente.

El deslinde oriente del terreno es un medianero que colinda con un inmueble que pertenece a la misma empresa, Grupo Pasmarr, siendo este edificio es el terminal rural y supermercado. **(Planimetría en anexo 6)**

El deslinde norte colinda con una calle peatonal que conecta con la entrada peatonal del supermercado, con una de las fachadas de la Feria Municipal y remata en una plaza de estacionamientos. La calle peatonal tiene un alto grado de flujo de personas, por lo que existe un abundante comercio ambulante donde la principal venta son productos alimenticios, el cual se relaciona con la Feria Municipal. La Feria Municipal tiene 3 entradas por cada costado longitudinal que conectan con la calle Arturo Prat y la calle peatonal. **(Planimetría en anexo 7)**

El deslinde poniente colinda con la calle Pedro Montt, la cual es una calle Colectora. Esto significa que, según la OGUC, es

posible construir en el terreno del proyecto un equipamiento Mediano, lo que permite una carga de ocupación entre 1000 y 6000 personas. Por este deslinde también remata la Calle Dieciocho, la cual es una histórica calle comercial que antiguamente conectaba con el puerto y que aún tiene una gran importancia económica para Ancud. Cabe mencionar que existe un constante comercio ambulante, donde principalmente es gente campesina o de pueblos cercanos que va a Ancud por medio del terminal rural a vender sus productos.

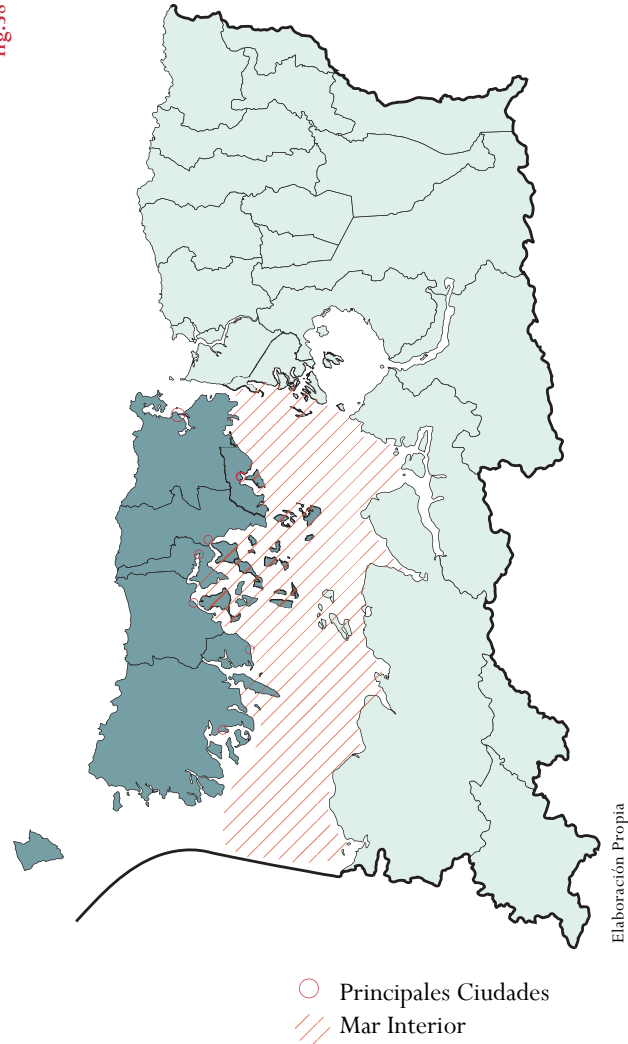
Mientras que el deslinde sur colinda con la calle Colo-Colo, la cual es definida como una calle de servicio, debido a que por esta zona se encuentra la entrada a los estacionamientos de buses del terminal rural, la entrada a los estacionamientos del supermercado y la entrada de descargas de camiones del supermercado. Además existe un constante flujo de turistas puesto que se dirigen al terminal rural para viajar al Monumento Natural Islotes de Puñihuil (Pingüineras).

Plan Regulador

Zona ZU-1R Ancud Centro

Usos de suelo permitidos
-Residencial
-Equipamiento: Científico, Comercio, Culto y Cultura, Deporte, Esparcimiento, Servicios y Social
-Actividades Productivas inofensivas
-Espacio Público
-Área Verde

Coef. Ocupación de Suelo:	0.8
Coef. Constructibilidad	4.0
Sistema de Agrupamiento:	Aislado, Pareado y Continuo
Profundidad máxima de la edificación continua:	80%
Altura Máxima de Edificación:	10.5m
Antejardín Mínimo:	Sin antejardín



Idea Arquitectónica

El mar interior de Chiloé, ubicado hacia el este de la isla, tiene la característica de poseer aguas calmas debido a la particular condición geográfica del archipiélago. Este hecho facilita la estructuración de los asentamientos humanos, los cuales se han instalado en esta zona históricamente. El mar interior se desempeña como cobijo de los fuertes vientos, como el útero de la vida chilota que permite su propia existencia, por lo que no es de extrañarse que la idiosincrasia del habitante local este evocada hacia la vida marítima.

El proyecto se basa en este concepto; un espacio central y orgánico que resguarda la vida de la comunidad, el cual articula el interior con el exterior como parte de un todo.

Lineamientos de Diseño

La propuesta se funda en la distinción de características de los espacios públicos de centros comerciales en Santiago, en comparación con la forma tradicional del comercio que se realiza en Ancud. (Anexo 8)

Los centros comerciales contemporáneos son complejos espacios que se cimientan en relación a la diversidad de:

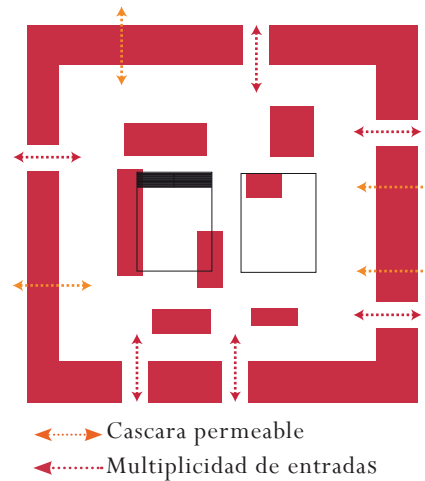
- Recorridos
- Plazas en distintas escalas
- Vistas
- Programa
- Morfología
- Volumetría

Además, estos lugares cuentan con las siguientes características enfocadas al usuario peatón:

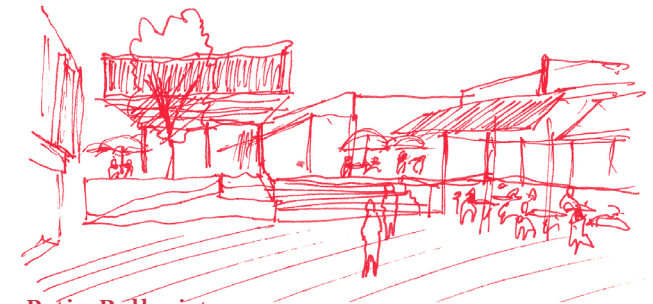
- Cáscara permeable (tiendas doble entrada)
- Relación con vereda (tiendas hacia el exterior)
- Multiplicidad de entradas (facilidad de acceso al peatón)

Mientras que el comercio tradicional en general se caracteriza por:

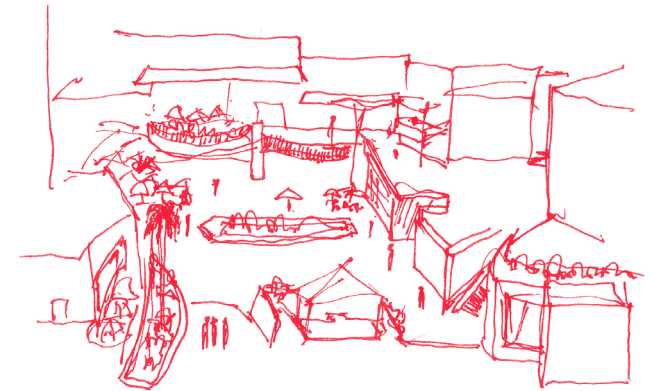
- Recorridos simples y estrechos
- Escala doméstica
- Relación interpersonal del comercio
- Variedad de entradas peatonales



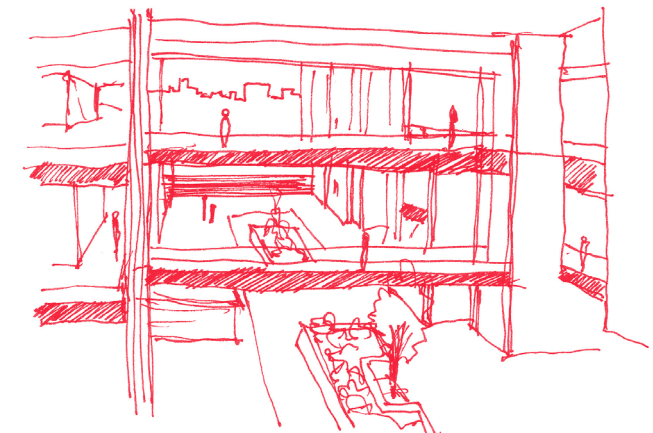
Mercado de Ancud



Patio Bellavista



Boulevard Parque Arauco

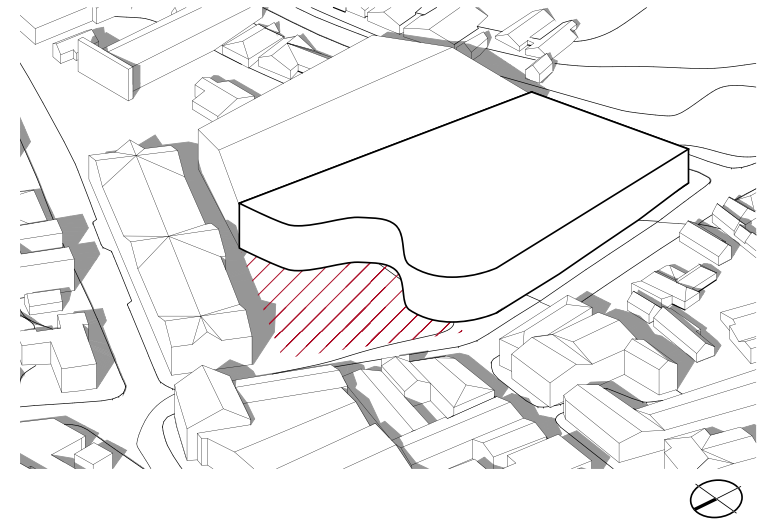


Patio central Mall Casa Costanera

Estrategias de Diseño

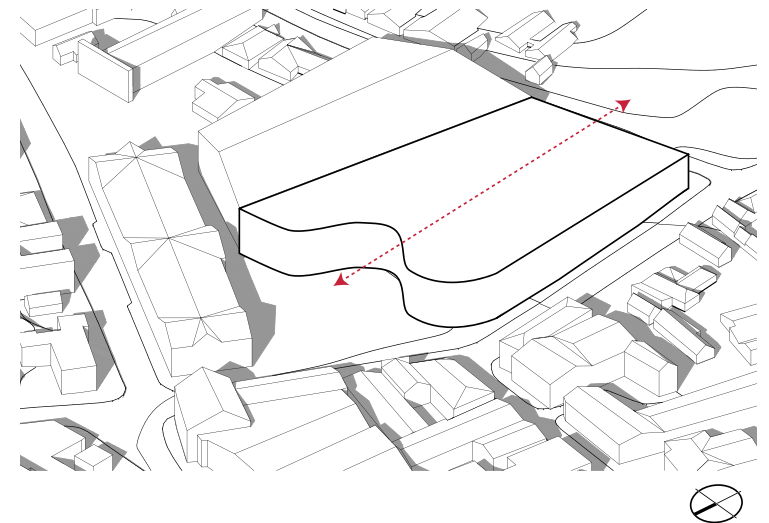
1 Creación de Plaza Pública

El proyecto se fundamenta en la integración urbana, en la lectura de lo existente y en la mixtura de lo público y privado, por lo que el primer paso es proponer una plaza la cual sirva como remate de la histórica e importante calle comercial “dieciocho” (conectando el puerto y el mercado de Ancud con el proyecto propuesto). Este un espacio público entregado a la ciudad que tiene la función de articular las actividades peatonales unificando el centro comercial, la feria municipal, el supermercado y la calle peatonal. De esta manera se aprovecha la situación del PRC que permite un coef.de constructibilidad de 0.8.



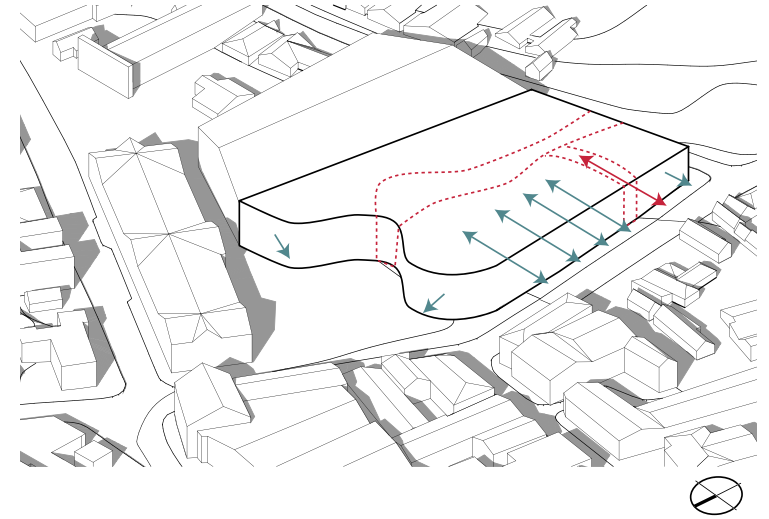
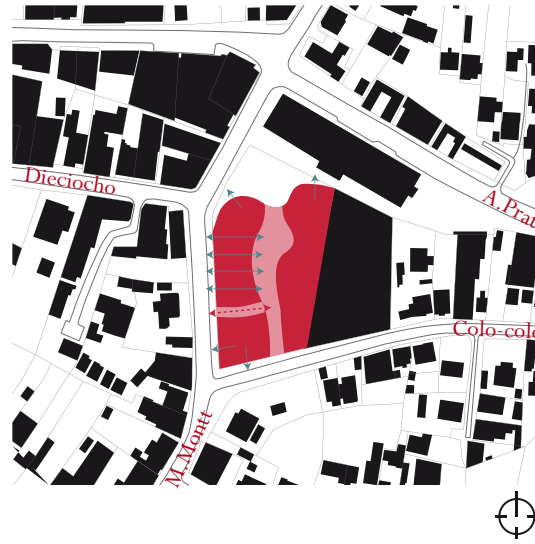
2 Conexión entre calle Colo-colo y Plaza propuesta

El siguiente paso consiste en la inclusión del constante flujo de habitantes de pueblos cercanos y turistas que circulan por el terminal rural. Para ello se genera una conexión directa al centro comercial por medio de la calle Colo-colo, creando un circuito peatonal entre lo público y lo privado.



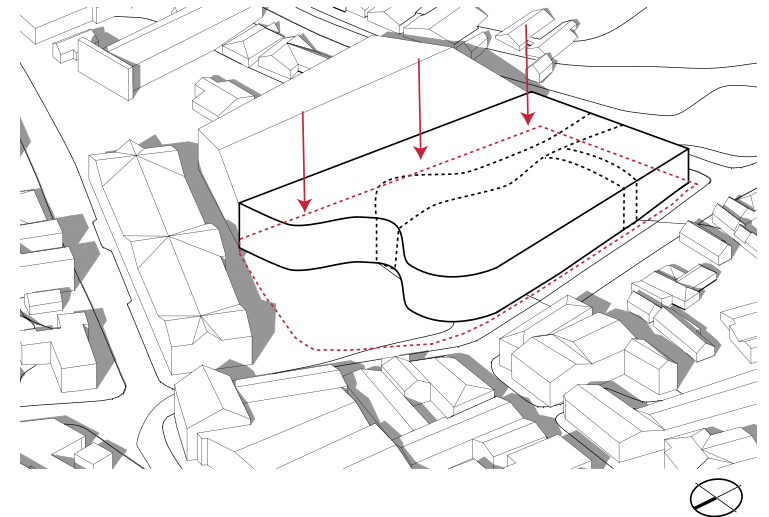
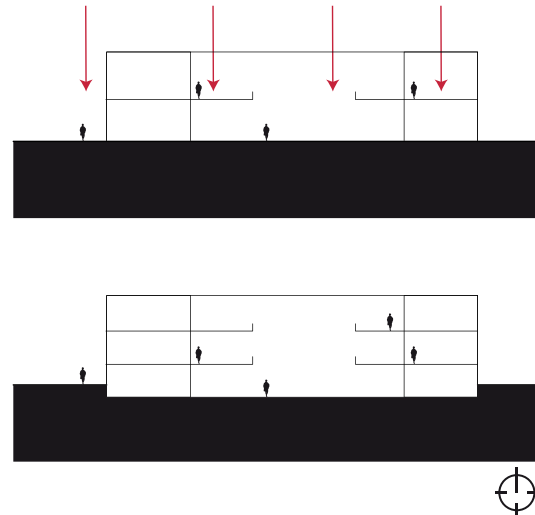
3 Permeabilidad del borde del volumen hacia la calle

Se plantea descomponer la característica introvertida y hermética de un Mall por medio de tiendas comerciales que tengan relación directa con la vereda y que tengan doble entrada, una hacia el exterior y otra hacia el interior. Se propone además un acceso por calle Pedro Montt para generar una mejor conectividad urbana.



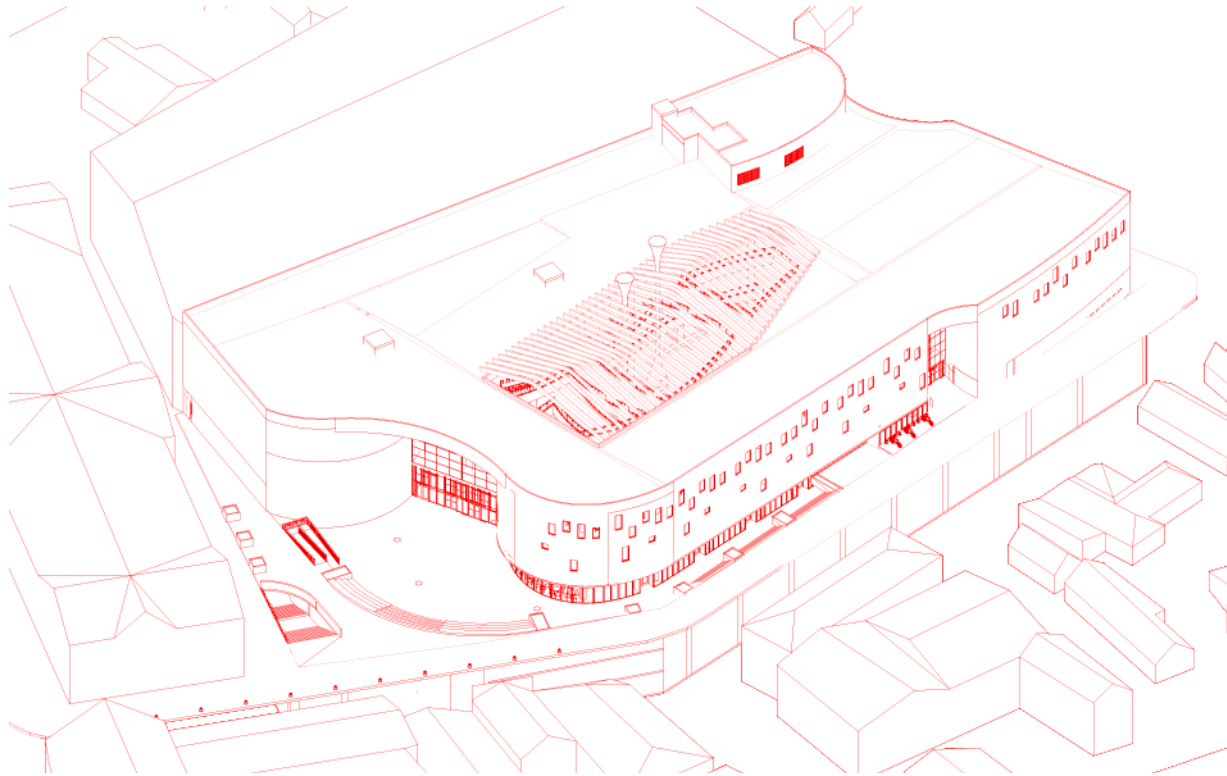
4 Entierro del edificio

Debido a la poca altura que permite el PRC en la zona del proyecto, el volumen se hunde 1m en el terreno con el fin de obtener suficiente altura para la creación de un tercer nivel. La altura máxima habitable que se logra en el terreno es de 12,5m total, por lo que entre pisos existen 4,5m de altura. Además debido a los requerimientos comerciales de un centro comercial, el nivel -1 es utilizado como programa.



Propuesta Programática

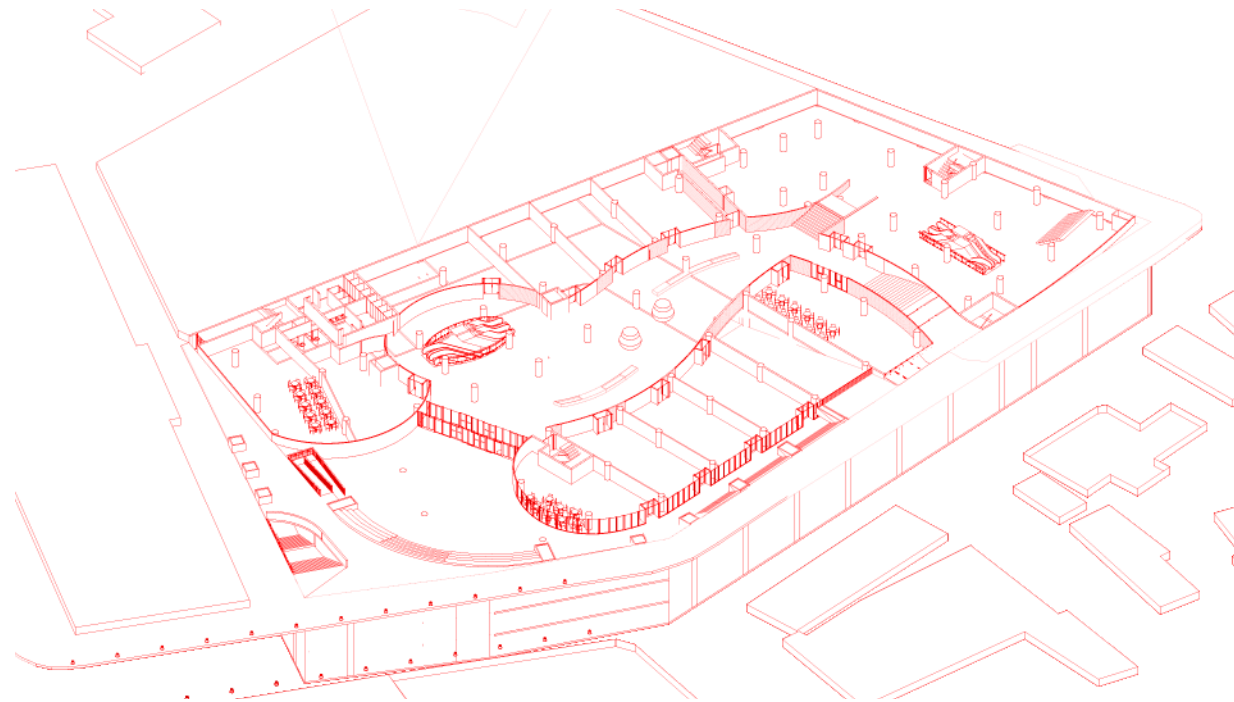
Planos de proceso sujetos a modificaciones



Superficie Terreno	4860
Superficie Construida en Primer Nivel	3845
Coefficiente de Constructibilidad	0,8
Local Restaurant Total	1012,981 m ²
Local Comercial Total	3313,939 m ²
Cine	1659,07 m ²
Espacio Público Interior Total	3417,436 m ²

Nivel 1	3845,67 m ²
Local Restaurant	
Local Comercial	
Tienda Ancla	
Nivel 2	3295,83 m ²
Local Restaurant	
Local Comercial	
Tienda Ancla	
Nivel 3	3305,53 m ²
Local Restaurant	
Local Comercial	
Patio Comidas	
Oficina Administrativa	
Nivel 4	233,44 m ²
Sala de Equipos	
Nivel -1	4797,83 m ²
Local Comercial	
Tienda Ancla	
Cine	
Nivel -2	4797,83 m ²
Estacionamientos	
Nivel -3	4797,83 m ²
Estacionamientos	
Nivel -4	4797,83 m ²
Estacionamientos	
Total Construido	29871,79 m ²

Nivel 1



Primer Nivel

En el primer nivel, el atrio de la entrada principal funciona como plaza pública en la cual existe espacio disponible para que se puedan desarrollar actividades sociales y comerciales. Funciona como espacio articulador entre la Feria Municipal, la calle peatonal, el supermercado y el proyecto. En esta plaza existe una entrada directa al nivel -1.

La plaza interior del primer nivel es el espacio jerárquico, el corazón del proyecto. Por esta razón cuenta con espacio para realizar diversas actividades; en este lugar hay 2 grandes chimeneas que ambientan y temperan, además de la existencia mobiliario que apoya el uso público.

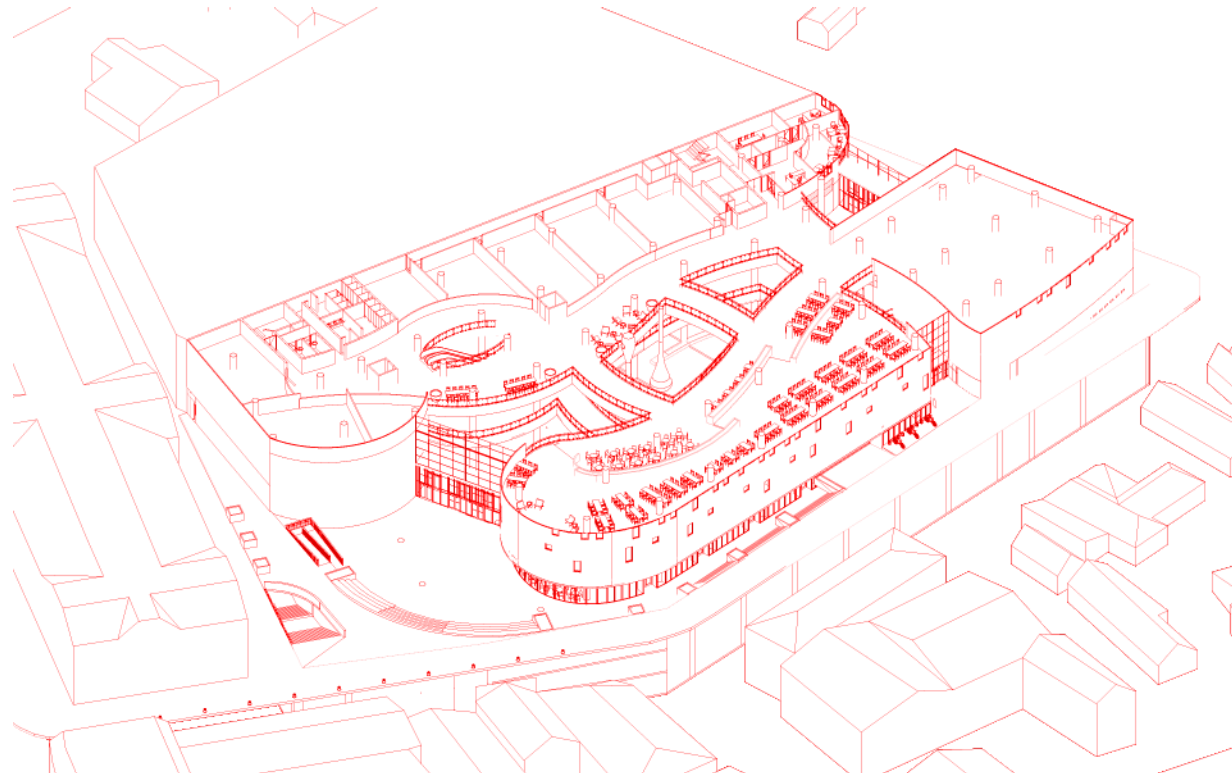
Para vitalizar el uso público/privado, se optó por una mixtura de programa incorporando restaurantes en dos de las tres entradas. Mientras que a los costados se encuentran las tiendas comerciales. Las tiendas que tienen salida hacia el exterior, lo hacen por medio de un patio inglés.

Además en este nivel se encuentra la entrada principal a la Tienda Ancla en la cual se puede acceder desde el interior como del exterior.

	Tienda Ancla	Local Comercial	Local Restaurant	Circulaciones/Espacio Público interior	Otros (Baños/Salidas de escape/entrada vehicular)
Total	808,606 m2	1073,84 m2	370,188 m2	1000,699 m2	591,667 m2

Total Piso	3845,67 m2
------------	------------

Nivel 2



Segundo Nivel

Debido a las características del terreno, es posible acceder directamente al segundo nivel por la zona sur (calle Colo-colo/Terminal Rural)

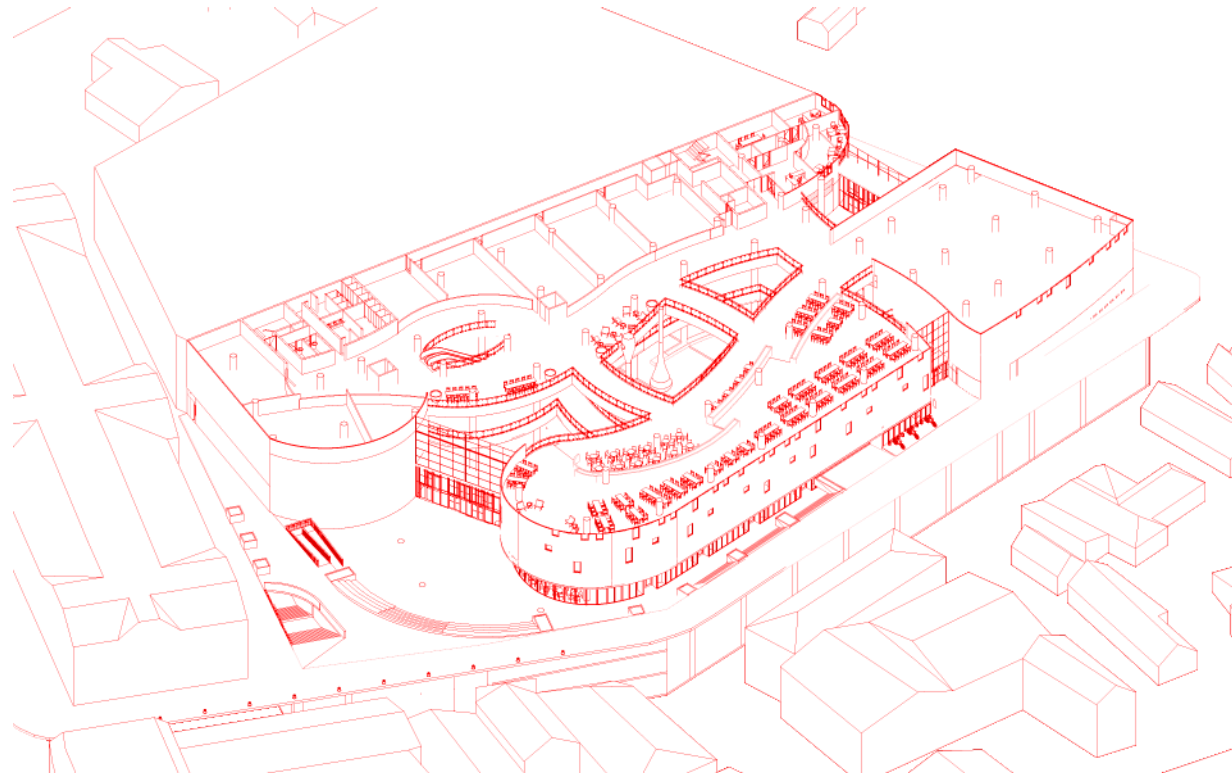
El segundo nivel tiene índole netamente comercial, por esta razón se encuentran las tiendas comerciales a los costados para una buena visión a las tiendas por parte del usuario. Las tiendas en la zona norte del proyecto no cuentan con vitrina por lo que deben tener otro tipo de programa (librería, oficina, salón de belleza, etc.) Además existe un acceso interior y directo a la Tienda Ancla.

La zona de descarga de camiones se encuentra en la zona sur al costado del terminal rural, debido a que esta calle ha sido definida como área de servicio (descarga de camiones y estacionamientos del supermercado y la entrada a los estacionamientos de buses del terminal rural).

	Tienda Ancla	Local Comercial	Local Restaurant	Circulaciones/Espacio Público interior	Otros (Baños/Salidas de escape/ Área Descarga)
Total	388,364 m2	1552,785 m2	0	841,287 m2	513,394 m2

Total Piso	3295,83 m2
------------	------------

Nivel 3



Tercer Nivel

En el tercer nivel se encuentra el patio de comidas. Las tiendas se encuentran al costado del terminal rural para permitir la mejor vista hacia el exterior en el área de mesas. Además existe un recinto de juegos y recreación en la zona sur.

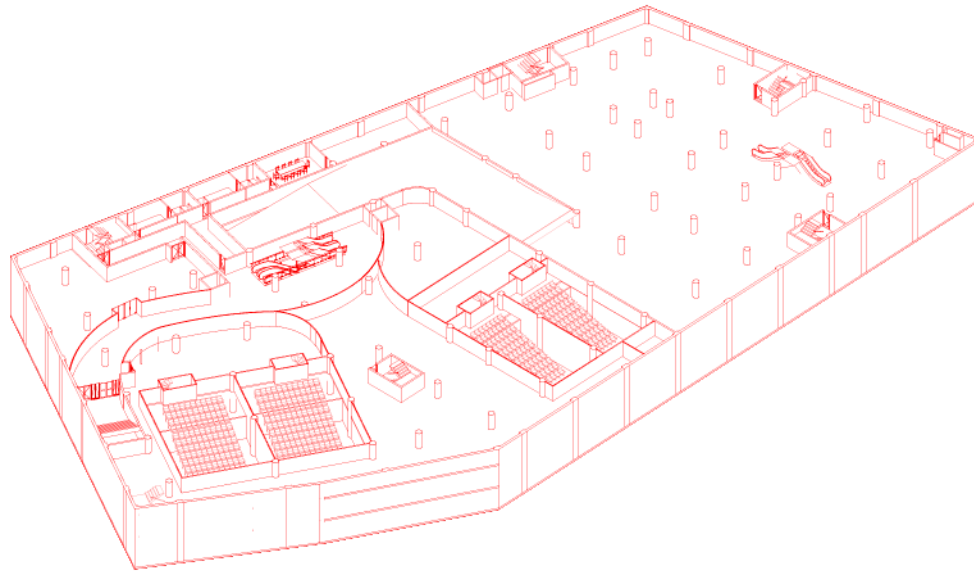
En el centro frente a las tiendas existe una zona de descanso, frente a los tubos de ventilación de la chimenea, donde uno de estos tubos se convierte nuevamente en un fogón de la chimenea.

En el área sur se encuentran las oficinas de administración del centro comercial, las cuales cuentan con luz natural. En esta zona también existe un único acceso al nivel 4, la cual es la Sala de Equipos del Mall.

	Local Comercial	Local Restaurant	Circulaciones/ Espacio Público interior	Patio Comidas	Otros (Baños/Salidas de escape/ Oficina Administrativa)
Total	530,43 m2	642,793 m2	901,02 m2	618,373 m2	612,914 m2

Total Piso	3305,53 m2
---------------	------------

Nivel -1



Nivel Subterráneo

Debido a los requerimientos espaciales de un centro comercial, el nivel -1 también es utilizado.

En este nivel se encuentra el resto de la Tienda Ancla y el área de descanso, de comida, de baños y camarines de los funcionarios del Mall.

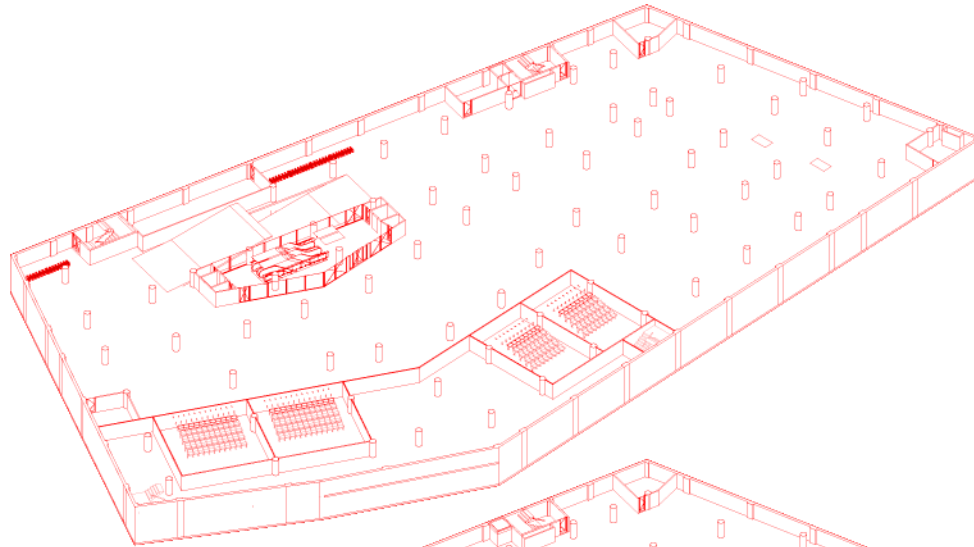
Se propone en este nivel un programa de naturaleza cultural, por lo que existe un recinto de exposiciones, una sala de ensayo musical y un cine (el primero de toda la isla, sin contar la única sala de cine del Casino de Castro) el cual cuenta con dos salas para aproximadamente 275 personas entre ambas, y dos salas más pequeñas para 175 personas entre ambas.

Cabe recordar que existe una entrada directa a este nivel desde el piso 1 por la plaza exterior. El pasillo que conecta todo el programa es propuesto como una zona de exposición.

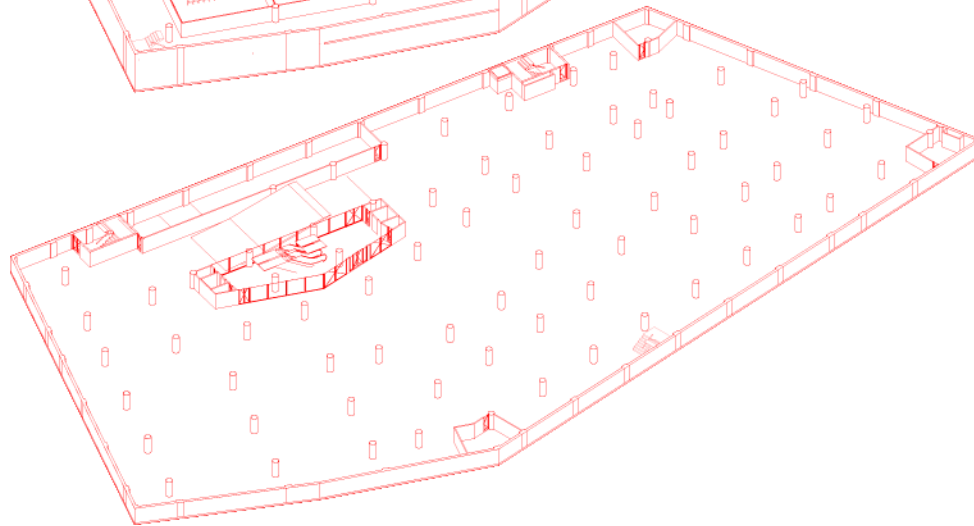
	Tienda Ancla	Local Comercial	Sala Expo	Circulaciones/Espacio Público interior	Cine	Otros (Baños/Salidas de escape)
Total	1677,07 m ²	156,884 m ²	222,55 m ²	362,71 m ²	1659,07 m ²	719,546 m ²

Total Piso	4797,83 m ²
------------	------------------------

Nivel -2



Nivel -3 Nivel -4



Niveles Estacionamiento

En el nivel -2, -3 y -4 se encuentran los estacionamientos de vehículos y bicicletas, como además de un área de descarga, la sala de basura, salas de ventilación y diversidad de salas técnicas.

Nivel -2

	Área Vehículos	Circulaciones/ Espacio Público interior	Cine	Otros (Salidas de escape/ Salas Técnicas)
Total	3422,79	155,86	1008,66	210,52

Total Piso	4797,83 m2
---------------	------------

Nivel -3 / Nivel -4

	Área Vehículos	Circulaciones/ Espacio Público interior	Otros (Salidas de escape/ Salas Técnicas)
Total	4241,92	155,86	400,05

Total Piso	4797,83 m2
---------------	------------

Cálculo Carga de Ocupación y Estacionamientos

El edificio se encuentra frente a la calle Pedro Montt, la cual es una Vía Colectora. Este tipo de vías permiten un equipamiento de tamaño Mediano, es decir, una carga de ocupación entre las 1000 y 6000 personas.

Según el PRC se necesita 1 estacionamiento cada 50m² de superficie útil construida. Además según la OGUC si existe entre 200 y 400 estacionamientos, se requieren al menos 4 estacionamientos de discapacitados.

Al existir más de 150 estacionamientos, es necesario realizar un Estudio de Impacto sobre el Sistema de Transporte Urbano (EISTU) correspondiente.

	m ² x persona	Nivel -1	Nivel 1	Nivel 2	Nivel 3	n°de Personas
Locales comerciales, en niveles con acceso exterior	10	156,88	2252,63	1941,15	0	435
Pasillos entre locales, en niveles con acceso exterior	5	362,71	1000,70	841,29	0	441
Locales comerciales, otros niveles	14	1677,07	0	0	1173,22	204
Pasillos entre locales, otros niveles	7	0	0	0	901,02	129
Patios de comida y otras áreas comunes con mesas	1	0	0	0	618,37	618
Sala de Exposicion	3	222,55	0	0	0	74
Oficina	10	0	0	0	137,62	14
Cine	1	1659,07	0	0	0	1659

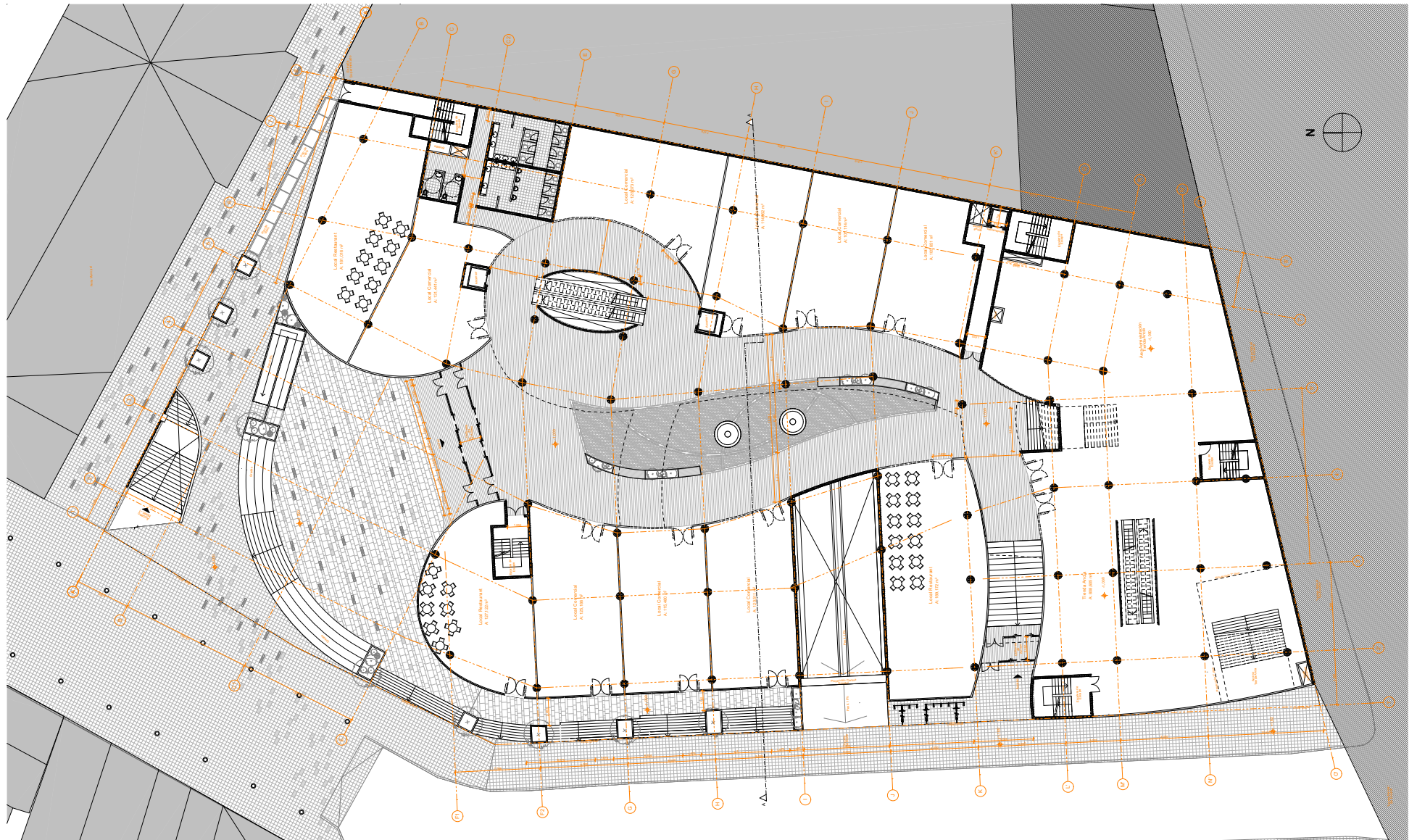
TOTAL CARGA OCUPACIÓN	3574
------------------------------	-------------

Superficie Util Construida	13497,65 m ²
Estacionamientos Requeridos	225
Estacionamientos Propuestos	225
Estacionamientos Discapacitados Requeridos	4
Estacionamientos Discapacitados Propuestos	4

Planimetría 1:500

Planos de proceso sujetos a modificaciones

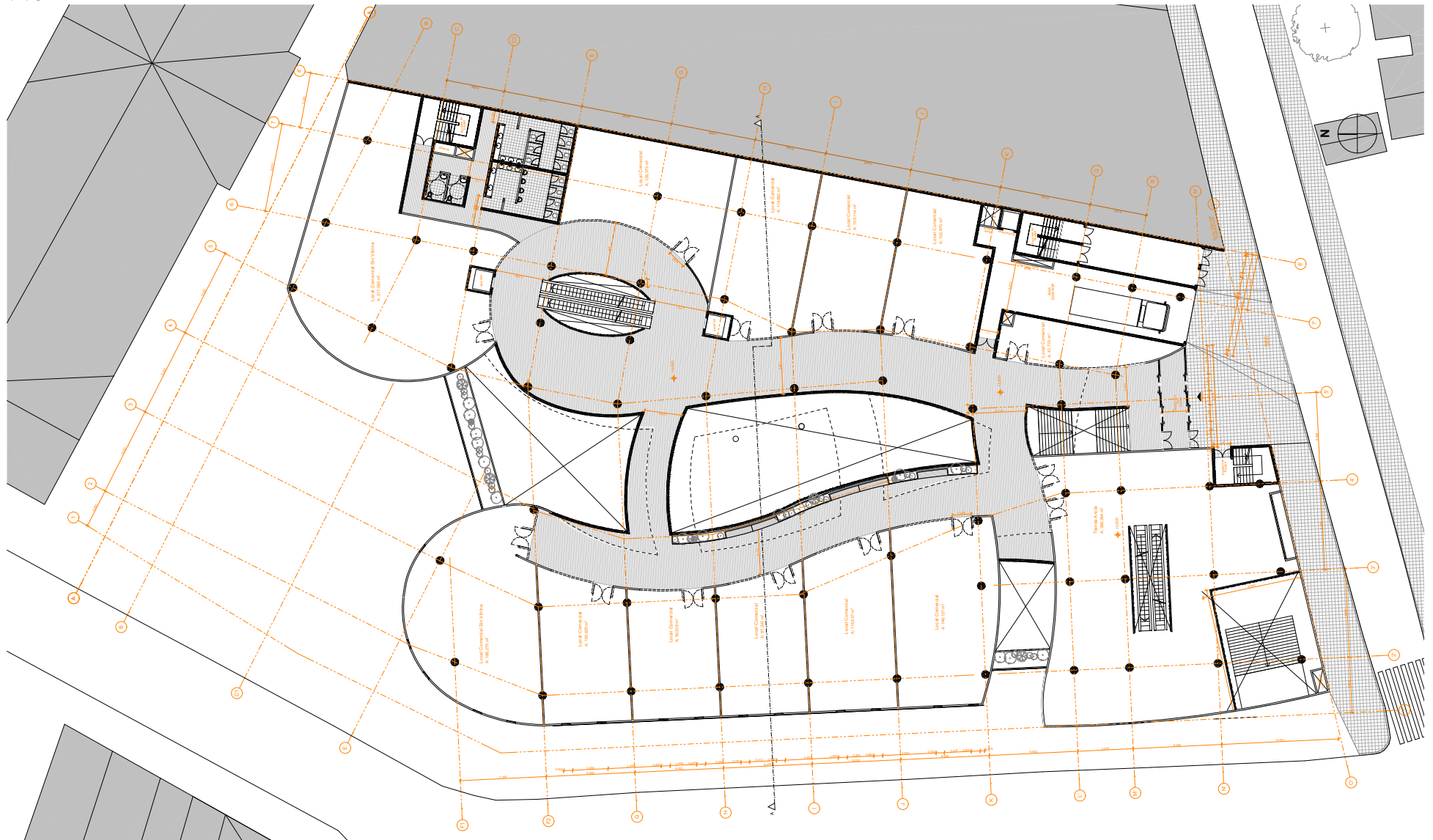
Nivel 1



Planimetría 1:500

Planos de proceso sujetos a modificaciones

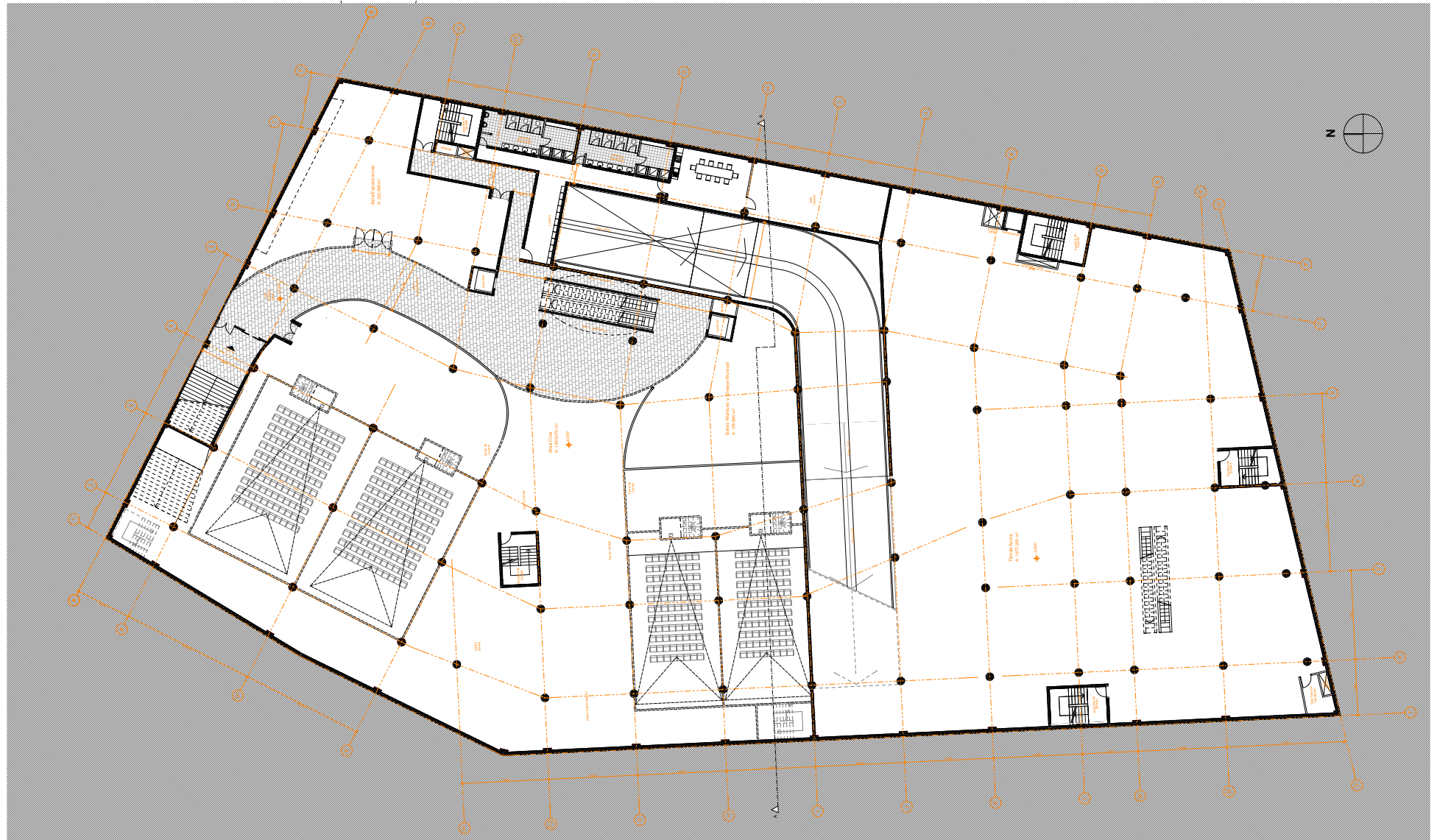
Nivel 2



Planimetría 1:500

Planos de proceso sujetos a modificaciones

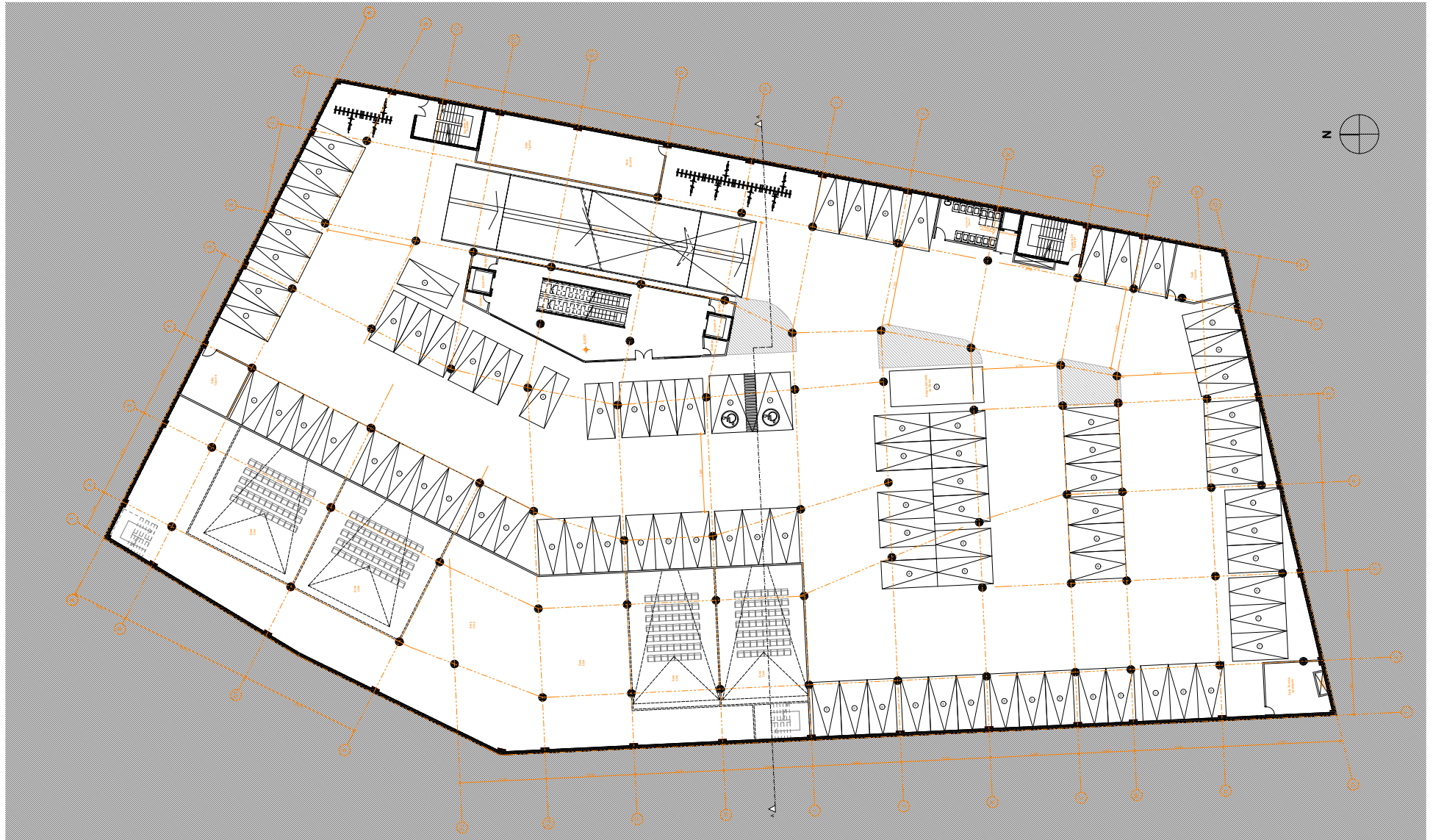
Nivel -1



Planimetria 1:500

Planos de proceso sujetos a modificaciones

Nivel -2



Planimetría 1:500

Planos de proceso sujetos a modificaciones

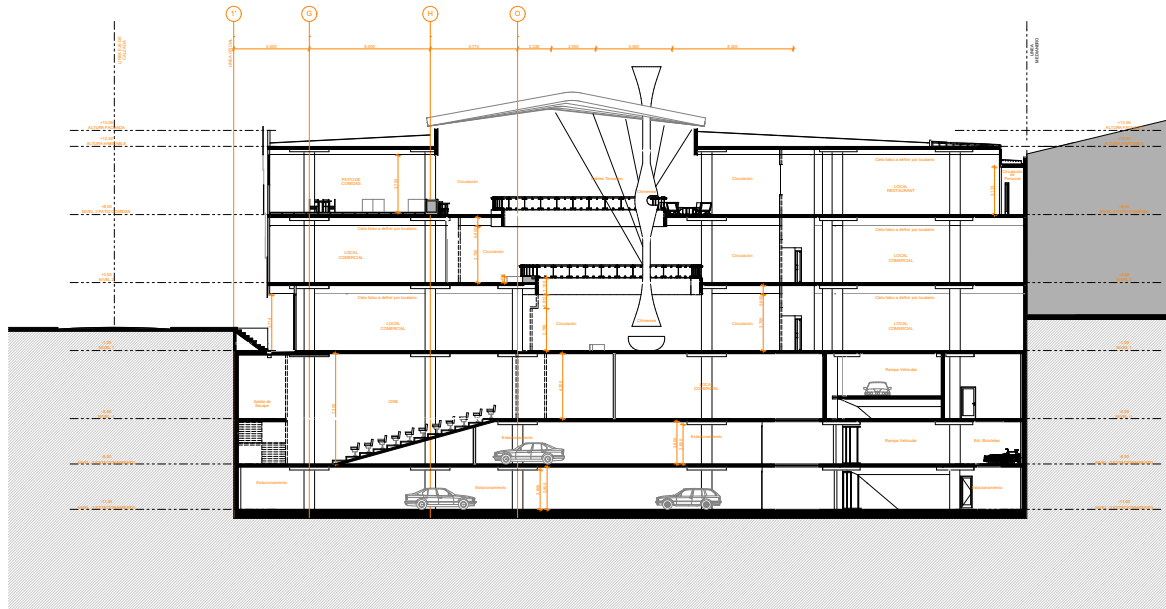
Nivel -3 y -4



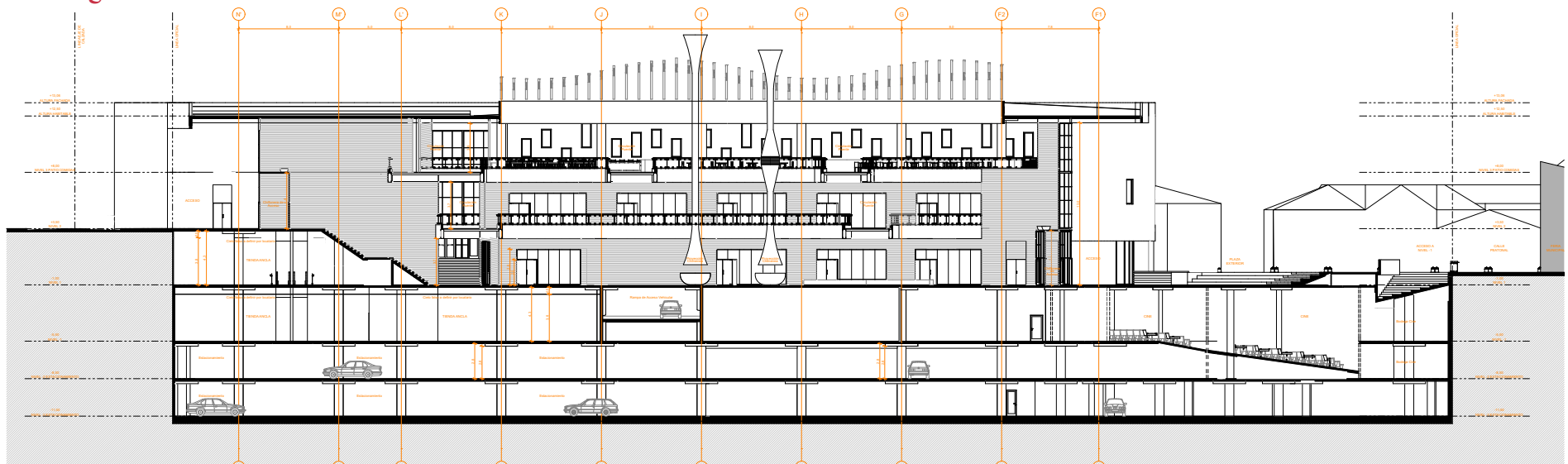
Planimetria 1:500

Planos de proceso sujetos a modificaciones

Corte Transversal



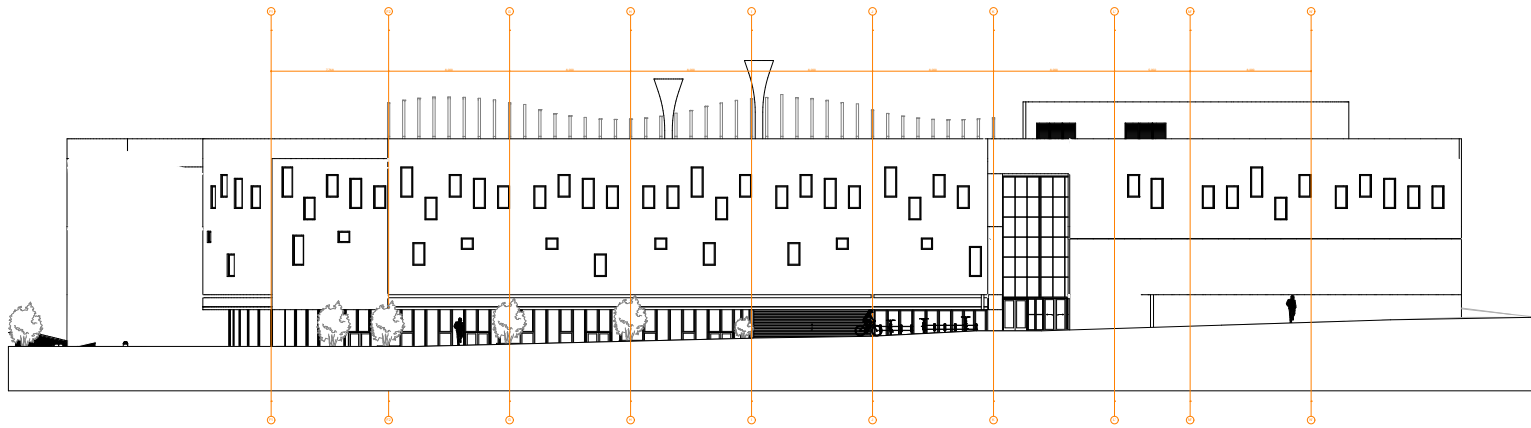
Corte Longitudinal



Planimetria 1:500

Planos de proceso sujetos a modificaciones

Elevación Poniente



Sistema Constructivo

Debido a la escasa altura que existe entre pisos en el centro comercial propuesto (4,5m) es necesario un ahorro de espacio, por lo que se utilizó el material de hormigón armado para lograr mayores luces y bajas alturas de los elementos; además se optó por un sistema estructural de pórtico, reemplazando las vigas por capiteles y utilizando losas postensadas.

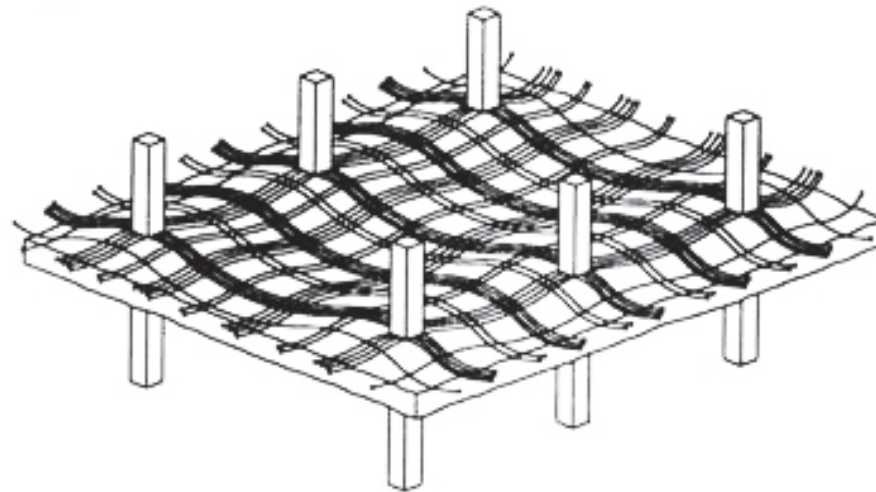
El sistema de losas postensadas permite mayores luces, una mayor velocidad de construcción en obra y un ahorro económico en materiales. Este sistema consiste en losas hormigonadas en obra y que son postensadas mediante el uso de cables de acero de alta resistencia dispuestos según un trazado.

Se utilizaron capiteles de 25cm de altura, losas postensadas de 20cm de espesor y en las zonas de voladizos se utilizó espesor de losa de 25 cm debido a los esfuerzos existentes.

Al tener una longitud superior a los 80mt, fue necesario subdividir el inmueble en 2 edificios. Esta división se realizó en el eje K. Cabe mencionar que la unión entre ambos edificios se debe hacer mediante una junta de dilatación.

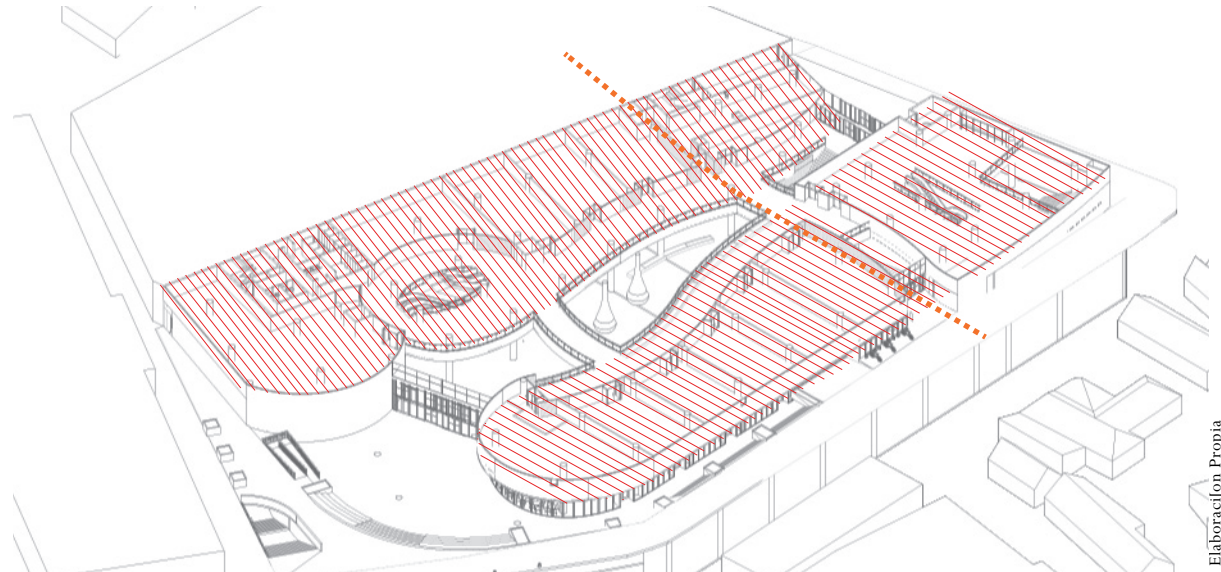
Ejemplo losa Postensada

fig.59



rodas5.us.es

Dirección principal de cables en losas postensadas y subdivisión de edificio en eje K



Elaboración Propia

Sustentabilidad / Gestión

Baja emisión de huella de Carbono

-Se fomenta el uso de transportes no motorizados debido a la ubicación central del proyecto y la existencia de estacionamientos para bicicleta.

Baja emisión de basura

-Existencia de sala de basura con shaft y contenedores diferenciados.
-Uso de basureros diferenciados.
-Sistema constructivo permite ahorro de materiales, y por ende disminución de residuos.

Transporte Sustentable

-Ubicación del proyecto en la ciudad que fomenta el acceso peatonal.
-Incentivo al uso de bicicleta con cicleros.
-Accesibilidad universal a casi todos los espacios, con dotación de rampas, vestidores y baños diferenciados.

Agua Sustentable

-Uso de grifería eficiente en todo el edificio.
-Generación de planta de tratamiento de aguas lluvias la cual será reutilizada para el riego.

Cultura y Patrimonio

-Proyecto que rehabilita la importancia histórica del casco central urbano de Ancud.
-El Proyecto reanima y fomenta el comercio local.

Gestión

La gestión del proyecto es realizado completamente por medio de recursos privados.

CAPITULO V

Bibliografía y Anexos



Bibliografía

Entrevistas

Jorge Espinoza, Arquitecto y Presidente colegio arquitectos delegación Chiloé
Edward Rojas, Arquitecto
Eugenio Ortuzar, Arquitecto
Vesna Yurak, Arquitecto

Presentaciones

Jacob C. Miller, Investigación de doctorado de Universidad de Arizona: “Contemplando el Mall Paseo Chiloé: Una geografía humana”.
Liliana de Simone, Arquitecto: “El mall ha muerto, ¡Viva el Mall!”.

Libros

SALCEDO, R. DE SIMONE L. (2012) Los Mall en Chile, 30 años
CÁRCAMO-HUECHANTE, L. (2007). Tramas del mercado: imaginación económica, cultura pública y literatura en el Chile de fines d Fuente
BERG, L (2005). Restauración de Iglesias de Chiloé
LOBOS, J (2006). Guía de Arquitectura del Archipiélago de Chiloé
ANGUITA, P. LOPEZ, R. MEDIANO, I. (1980). Casas de Chiloé.
SOUSSE, L. Chiloé: el legado de los oficios
VENTURI, R (1977) Aprendiendo de las Vegas
DONOSO, M. (1990). Arquitectura de Chiloé: modernidad y regionalismo

Seminarios y Memorias

GONZALEZ, M (2014) El mall como espacio de encuentro, el rol del mall en la ciudad de Santiago. FAU
CARTAGENA, H (2012) Criterios de localización de centros comerciales cerrados (mall). FAU
VARGAS, K (2014) Infilling Urbano, El proceso de renovación con verticalización en el centro de Santiago. FAU
CARDENAS, G (2015) Universidad del Paisaje de Chiloé. FAU
ARIAS, C. (2015) Centro cultural municipal de Castro. FAU

Documentos

Reporte Inmobiliario Malls - Noviembre 2014. Área de Estudios y Consumer Insight Parque Arauco
Presentación Planimetría Costanera Center Cencosud

Revistas

Jack Mosa, la desconocida historia del dueño del Mall de Castro. Revista Sabado, el Mercurio. 14 febrero 2015

Internet

El Retail, ¿una industria invisible? / www.america-retail.com/

Los innovadores desafíos del retail en Chile / www.innovacion.cl/reportaje

Seminario: Escenario Económico y Proyecciones Sectoriales Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Chile / www.cnc.cl/

Participación de cada sector en el producto interno bruto a precios constante. Anual y Trimestral. www.cochilco.cl/

Las 3 actividades que más realizan los chilenos en su tiempo libre / www.biobiochile.cl/noticias

30 años de cultura del mall / diario.latercera.com/

Orígenes y evolución del espacio público: Desafíos y oportunidades para la gestión urbana actual / www.plataformaurbana.cl

El Mall, ¿nuevo espacio urbano? / www.plataformaurbana.cl

Reinventarse o morir: la transformación de los centros comerciales bajo el nuevo paradigma económico y urbano / www.plataformaarquitectura.cl/

Historia de Mall de Castro / adefesiodecastro.webnode.cl/

UNESCO aprobó informes presentados por Chile sobre el estado de conservación de sitios de patrimonio mundial. / www.dibam.cl/

¿Un antídoto para el Mal de Castro? / www.plataformaurbana.cl

Desde Chiloé: Mall de Castro, crónica de un fracaso / www.plataformaarquitectura.cl/

En medio de aplausos de los chilotes, abrió este viernes el Mall de Castro / www.emol.com/noticias/

Polémica por Posible Nuevo Mall de Pasmal en Ancud / www.plataformaurbana.cl

Arquitectos alertan posible construcción de un mall en Ancud / www.biobiochile.cl/noticias

Pasmal sondea terreno en Ancud / www.elinsular.cl/

Anexo 1

Elaboración Propia en base a Criterios de localización de centros comerciales cerrados (mall). CARTAGENA, H (2012)

TIPOS DE MALL

Según estas instituciones, los centros comerciales se pueden clasificar de acuerdo a su tamaño:

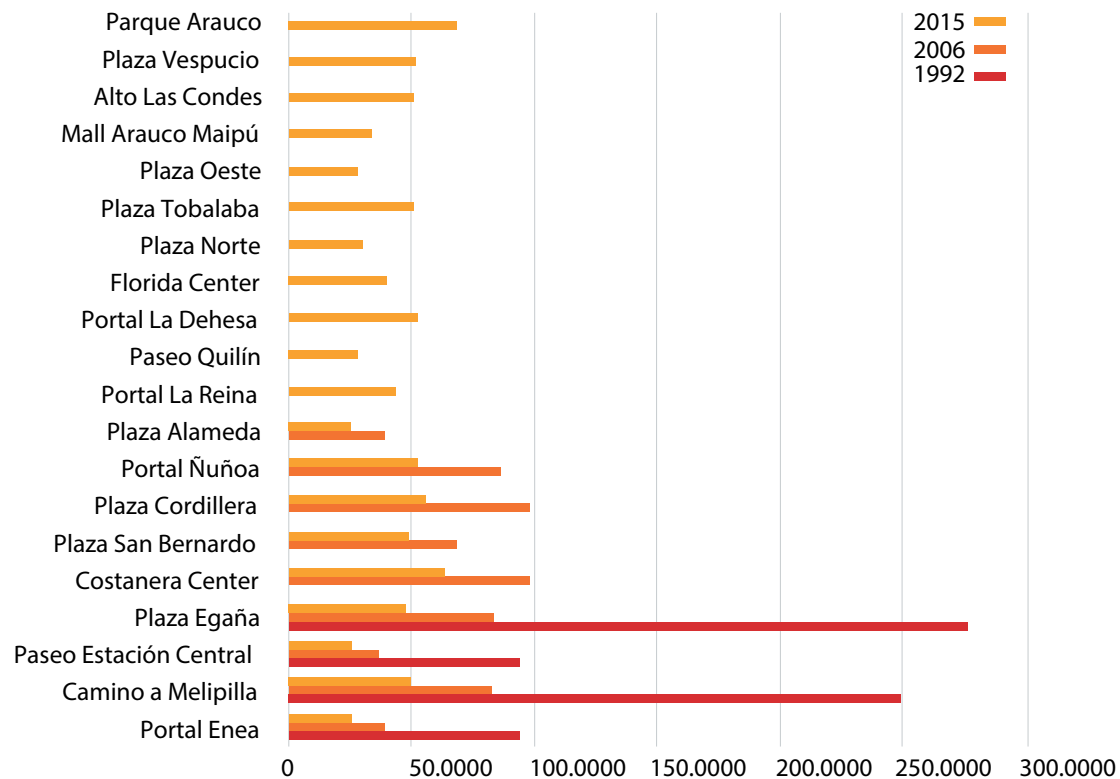
	Vecinal	Power Center	Comunal	Regional
Superficie Construida m ²	2.500-18.500	18.500 o más	18.500 o más	37.200 o más
n° Tiendas Ancla	Una o ninguna	Una o más	Una	Tres o más
n° Tiendas	Pocas	30 o más	30 o más	50 o más
n° Supermercados	-	Uno	Uno	-

Anexo 2

Fuente: Los Malls en Chile, 30 años. L. De simone, R. Salcedo.

Hoy en día un terreno de gran amplitud no es necesario para un centro comercial, basta con que existan hogares que estén dispuestos a gastar en grandes cantidades.

Número de hogares necesarios para vender US\$300 millones al año

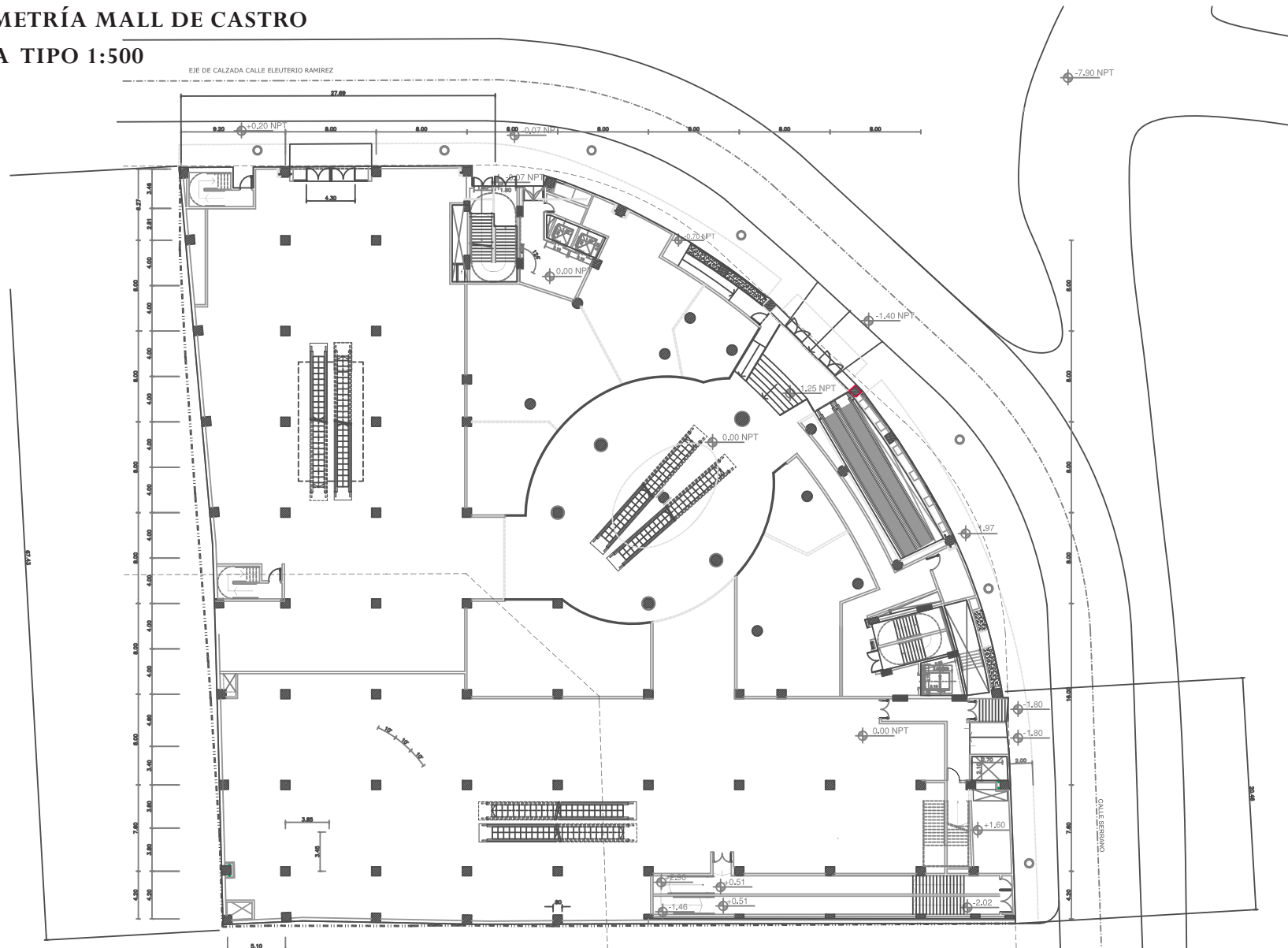


Anexo 3

Planimetría entregada por Arquitecto Jorge Espinoza, Presidente Colegio Arquitectos
Fuente: Grupo Pasmar

PLANIMETRÍA MALL DE CASTRO

PLANTA TIPO 1:500

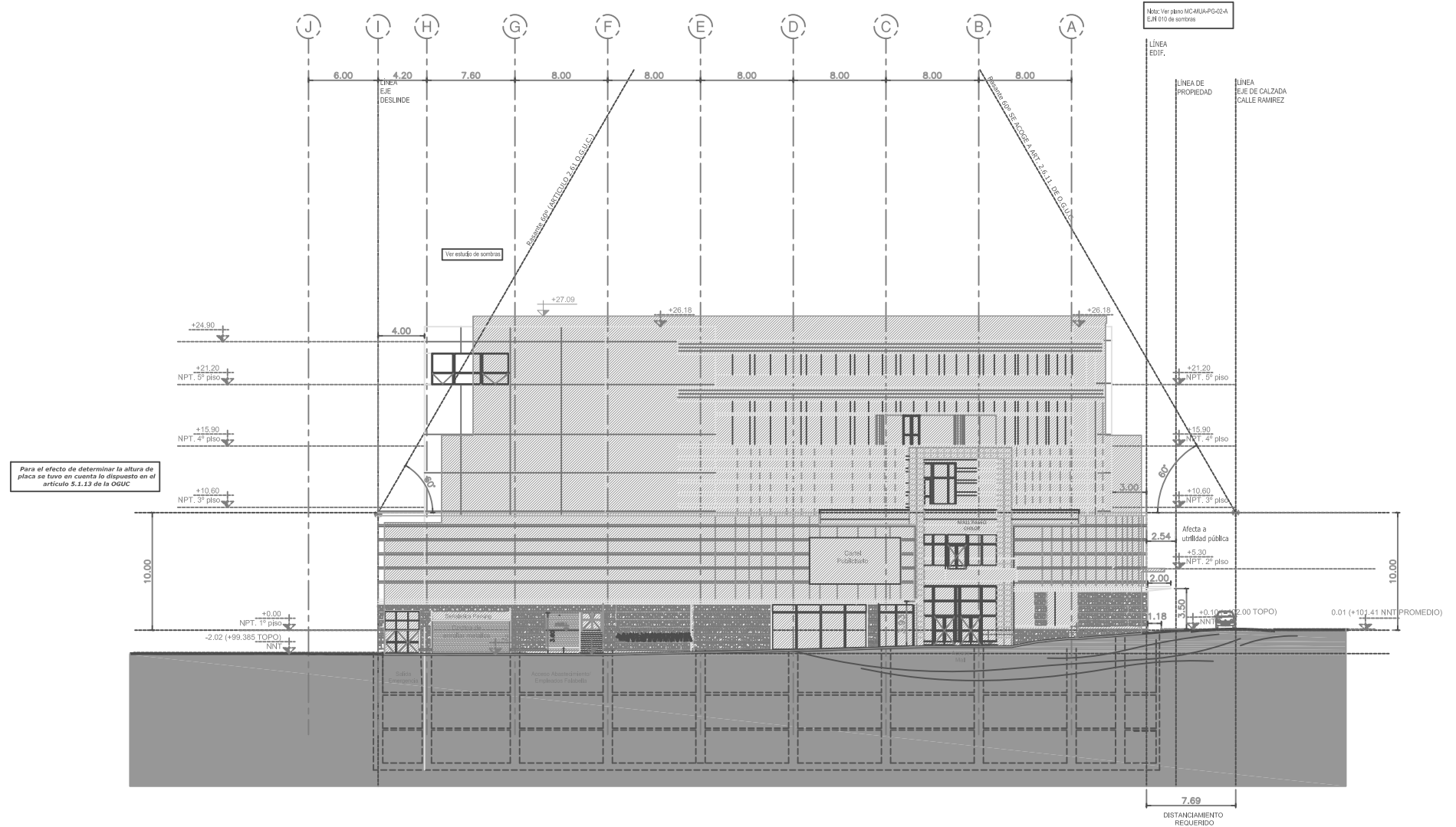


Anexo 3

Planimetría entregada por Arquitecto Jorge Espinoza, Presidente Colegio Arquitectos
Fuente: Grupo Pasmar

PLANIMETRÍA MALL DE CASTRO

ELEVACION 1:500



Anexo 4

Información entregada por Arquitecto Jorge Espinoza, Presidente Colegio Arquitectos
Fuente: Colegio de Arquitectos

INFORME Y PERITAJE REFERIDO AL CUMPLIMIENTO NORMATIVO DE LA LEY Y ORDENANZA GENERAL DE URBANISMO Y CONSTRUCCIONES Y LA ORDENANZA LOCAL DEL PLAN REGULADOR DE LA CIUDAD DE CASTRO EN LO QUE CONCIERNE A TRAMITACION, PERMISOS DE CONSTRUCCION Y EJECUCION DE OBRAS DEL EDIFICIO MALL PASEO CHILOE EN CASTRO.

INTRODUCCION

Es sabido a nivel nacional e internacional la gran polémica que ha desatado la instalación del edificio Mall paseo Chiloé en el casco histórico de la ciudad de Castro, situación que ha llevado al Colegio de Arquitectos de Chile a constituir un Comité Técnico local conformado por arquitectos, abogado y revisor independiente para hacer un seguimiento de este proyecto. El comité, a la luz de las normativas vigentes aplicables a permisos y ejecuciones de obras y por medio de la ley de transparencia, da cuenta a la comunidad y las instituciones del Estado de las irregularidades, omisiones, incumplimientos al marco legal y faltas de todos los actores involucrados.

Este informe técnico se emite una vez que se han revisado en forma exhaustiva los antecedentes existentes y con la absoluta convicción de que del apego a la ley en un estado de derecho es la única objetividad posible y construye la base en donde el país se consolida y justifica. Las faltas a la Ley, sea por desconocimiento, manipulación u omisión tiene un resultado nocivo y nefasto para la sociedad, pues la ilegalidad crea un clima inestable, generador de injusticias que destruyen la sana convivencia, a saber:

A. El Permiso de Edificación N° 108 del Mall de abril del 2008 presenta los siguientes incumplimientos:

- 1. SOBRE EL TIPO DE EQUIPAMIENTO QUE PERMITE CALLE SERRANO.**
El proyecto presentado enfrenta una vía local (calle Serrano), que tiene un ancho promedio de 14.28 metros, presentando en algunos puntos medidas de 13.40 metros entre líneas oficiales. Dado lo anterior, según lo dispone el Art. 2.1.36 Ordenanza General de Urbanismo y Construcciones y conforme al Plano Regulador vigente al momento del otorgamiento del Permiso informado, sólo permitía equipamiento básico (proyectos con carga de ocupación de hasta 250 personas y hasta 50 estacionamientos, Art. 2.1.36 Ordenanza General de Urbanismo y Construcciones) Art. 2.1.36 Ordenanza General de Urbanismo y Construcciones). Según certificado de informes previos N° 773 del 2008 el Proyecto de Centro Comercial (Mall) se presentó como proyecto de equipamiento menor con carga de ocupación de 997 y 145 estacionamientos. El proyecto no cumple la norma y debió ser rechazado puesto que el predio debía enfrentar vías de servicio, colectoras, troncales o expresas.
- 2. NO ACOMPAÑA INFORME FAVORABLE DE REVISOR DE PROYECTO DE CALCULO ESTRUCTURAL.** El proyecto se aprueba sin contar con el informe favorable del revisor independiente de estructura, el que debe ser presentado junto con la solicitud de permiso de edificación. La omisión de este requisito al

momento de emitir el permiso, lo que es un requisito previo, es una infracción al art. 5.1.25 y 5.1.26 de Ordenanza General de Urbanismo y Construcciones, que exige dicho informe de cálculo estructural para edificios de carga de ocupación superior a 100 personas, y el proyecto presenta una ocupación de 997,2 personas.

- 3. PERMISO NO CONSIGNA TODOS LOS PROFESIONALES COMPETENTES QUE INTERVIENEN EN LOS PROYECTOS.** En el permiso falta la individualización de constructor (profesionales que deben identificarse en la solicitud de permiso de edificación, art. 5.1.6 Ordenanza General de Urbanismo y Construcciones)
- 4. NO PROCEDENCIA DE AUMENTO DE COEFICIENTE DE CONSTRUCTIBILIDAD.** El expediente del proyecto declara un aumento del 30% en el Coeficiente de Constructibilidad aplicable en caso de fusión de roles. Sin embargo, en la Solicitud de Permiso de Edificación se consignan 4 roles en forma independiente, por lo que el proyecto se construiría en una superficie compuesta de cuatro terrenos. Este aumento de coeficiente de constructibilidad opera sólo cuando en forma previa a la presentación del proyecto a la Dirección de Obras Municipales (DOM) de Castro, el propietario ha obtenido la fusión de roles y otorgamiento de un nuevo rol por parte del Servicio de Impuestos Internos. En el caso informado, el mismo día de otorgamiento del Permiso de Edificación N° 108, se autoriza la fusión de terrenos cuyo N° de Permiso es el 001 del 08 de abril del 2008, obviando el requisito de perfeccionamiento previo de la fusión de terrenos. Esta situación debió de declararse como de no conformidad a la norma y no se debió otorgar derecho a la aplicación del aumento del 30% de Coeficiente de Constructibilidad, y ni otorgar el permiso de edificación a la superficie indicada de aumento.
- 5. NO CONFORMIDAD RESPECTO DEL CÁLCULO DE NÚMERO DE ESTACIONAMIENTOS.** La cantidad de estacionamientos en relación a la superficie del proyecto se relaciona a una superficie a descontar, sin embargo, en ninguna parte del expediente de permiso se explica, declara, ni demuestra porque ese descuento, que llega alrededor de 796.26 mt². En la información en Plano de Arquitectura de superficies se declara que el proyecto alcanza un total construido sobre terreno de 13.563 mt² y se utilizan solo 7.163 mt². (faltando 6.400 mt²) para dicho cálculo de estacionamientos. De haberse hecho correctamente el proyecto superaría los 150 estacionamientos, que requieren Estudio de Impacto Sobre el Transporte Urbano (EISTU) aprobado por la autoridad competente.

Para este Comité Técnico omisión de superficies para el cálculo de estacionamientos es de la máxima gravedad, pues se deduce que la información fue manipulada deliberadamente a fin de no presentar proyecto aprobado de Impacto Sobre el Transporte Urbano previo a la solicitud del permiso, como se estipula en la Ordenanza General de Urbanismo y Construcciones. Esto significará un enorme impacto vial para la ciudad de

Castro, que ya se encuentra con severos problemas de congestión en la zona centro donde se emplaza el proyecto. Respecto a este punto, se recomienda hacer las investigaciones del caso a la Dirección de Obras Municipales, que al ver tal incongruencia de superficies no haya emitido las observaciones correspondientes. En este tema la Dirección de Obras no actuó cumpliendo con sus competencias, atribuciones y deberes en la materia, y el revisor independiente de arquitectura que informó favorablemente el proyecto indicando que el proyecto estaba en norma debe ser denunciado al Registro Nacional de Revisores Independientes de Arquitectura.

B. El 2º permiso de edificación N° 309 de diciembre del 2011 presenta los siguientes incumplimientos:

- 1. PERMISO SOLICITADO POR CAUSA DE NOTIFICACION DE INFRACCION.** Se debe señalar que este permiso se obtiene con posterioridad a la infracción cursada por la DOM de Castro a Pasmarr S.A. por infringir el artículo 116 de LGUC, es decir, construir sin permiso de edificación en terreno colindante al proyecto original por calle Serrano, notificación N° 476 del 7 de Noviembre del 2011.
- 2. USO DECLARADO NO ES EL REAL.** El destino del segundo permiso es complementar el Permiso de Edificación N° 108 del Mall de abril del 2008, con un programa que s el permiso indica como de bodegas y archivo. Sin embargo, de los planos y visita a las obras, se advierte que está diseñado para el ingreso y descarga de camiones, con ángulos de giro y maniobras que afectarán la vía pública. Por norma, estos requerimientos deben estar al interior del predio y no en la vía pública impidiendo el libre tránsito de vehículos y peatones e ingreso de vehículos al Mall. Esta situación ha sido observada desfavorablemente por SECTRA en respuesta a la cuarta solicitud de aprobación de EISTU del mes de febrero de 2012.
- 3. EL PERMISO INCLUYE CONEXIONES AL MALL QUE ES DE OTRO PROPIETARIO.** El permiso otorgado declara que la construcción es independiente del Centro Comercial (Mall) aledaño, lo que en la realidad no es efectivo pues está conectado. Los antecedentes de los elementos que dan continuidad a ambos edificios no fueron incorporados a la solicitud de permiso y por lo tanto no fueron observados por la DOM.
- 4. NO CUMPLE CON REQUISITO DE ESTACIONAMIENTOS.** En antecedentes de la solicitud de permiso se declara que los estacionamientos requeridos para este edificio se ejecutarán en un terreno próximo a arrendar por el propietario. Sin embargo, no se señala ni individualiza dicho terreno próximo ni se acredita la existencia de contrato de arrendamiento. Situación irregular por cuanto antes de aprobar el proyecto, debe acreditarse la existencia de tal contrato de arriendo, el que debe quedar gravado para dicho uso en el Registro de Propiedad del Conservador de Bienes Raíces de Castro.

- 5. NO CUMPLE CON LAS EXIGENCIAS DE RASANTE.** Al ser declarado como un proyecto independiente del predio con Permiso de Edificación N° 108 del Mall de abril del 2008 y con distintos propietarios, se debió exigir la rasante de 60° en todos los deslindes según artículo 6.4.3 de la OGUC y debió contar con muro corta fuego; lo que no ocurre en el proyecto aprobado, quedando absolutamente fuera de norma.

NOTA: el permiso otorgado declara que este edificio es independiente al Mall, pero en la realidad están conectados y por lo tanto debió solicitarse la fusión de roles y considerarse como parte del edificio de uso público sujeto a cálculo estructural, revisor independiente de cálculo y revisor independiente de arquitectura.

C. El Plan Regulador de Castro al momento de otorgar el primer permiso en abril del 2008, no permitía equipamiento mediano enfrentando una vía local.

- Tres meses después de otorgado el primer permiso, la empresa PASMARR S.A. ingresa un EISTU para un Centro Comercial (Mall) con 309 estacionamientos, que corresponde a equipamiento mediano que es informado desfavorable por la Secretaría de Transporte Área Sur, que expresa "ya que las calles que enfrenta no permiten equipamiento de escala mediana (sobrepasa los 250 estacionamientos), y no se encuentran en el listado de calles objeto de la modificación del Plan Regulador de Castro". Según documento de trabajo MINVU de fecha 29 agosto del 2008, posterior al otorgamiento del permiso de construcción N° 108, se consigna antecedentes aportados por Secretaría Ministerial de Transporte de fecha 31 de julio del 2008, en que se registra para la ciudad de Castro el proyecto en evaluación EISTU, Centro Comercial Castro del titular Pasmarr S.A. (permiso de Edificación fue otorgado a Océano S.A.) por 309 estacionamientos, con informe desfavorable
 - Paralelamente, la Municipalidad de Castro, a esa fecha, estaba tramitando la modificación al Plan Regulador Comunal para permitir el equipamiento mediano frente a una vía local. Esto se aprobó en noviembre del 2008, permitiendo equipamientos con una carga de ocupación de hasta 3.000 personas y 500 estacionamientos.
- D. El edificio que actualmente se construye es distinto a los permisos otorgados, por tanto no tiene permiso de construcción y presenta las siguientes ilegalidades adicionales:**
- La placa continúa debe ser de 10 metros de altura y tiene 12,32 en su parte más baja (comienzo del edificio por calle Serrano). EXCEDE LA NORMA DE ALTURA DEL PRC.

2. La rasante de 60° en los deslindes sur y poniente no se cumple quedando parte de la construcción fuera de ella : EXCEDE LO AUTORIZADO POR LA OGUC.
3. Que en los dos accesos de camiones, la maniobra para acceder al edificio, se desarrolla utilizando el espacio público, siendo estos peligrosamente inclinados y debiendo entrar los camiones marcha atrás para la descarga por la vía local (calle Serrano).
4. Que el proyecto tiene dos edificios colindantes que tienen permisos y propietarios diferentes, que debieran tener muro cortafuego divisorio, lo que en la realidad no ocurre porque se encuentran conectados física y funcionalmente; situación que es ilegal. TRASGREDE LA OGUC
5. Que la superficie aprobada sumando ambos permisos corresponde a 25.601 m2 y la superficie construida a la fecha según cálculos preliminares superaría los 33.000 m2, lo que corresponde a un porcentaje muy superior al 5% argumentado por la Empresa propietaria. TRASGREDE LA LGUC
6. Que analizados los planos y visitado el edificio en obra, se constata que este contempla 6 pisos sobre nivel de suelo , en circunstancia que el permiso otorgado es para 4 niveles sobre el nivel de suelo (el 1 y el 2 destinados a locales comerciales y el 3 y 4 a bodegas), ya que . el artículo 4.3.5 de la OGUC "se entenderá por piso la distancia entre el suelo y el punto más alto del cielo del mismo recinto, con un máximo de 3,5 metros determinándose de este modo el número de pisos"

E. Conclusiones finales:

Los antecedentes y hechos aquí expuestos evidencian que el proceso llevado a cabo para el Mall es irregular, y en algunos aspectos ilegal, desde su origen. Este proyecto es objetable en su desarrollo, con sus construcciones que infringen la ley, y que lesionan e impactan irreparablemente a la ciudad y sus habitantes.

Todo esto ha sido posible por:

1. Negligencia funcionaria de parte de la DOM de Castro, por la no aplicación de la ley y por no intervenir ante los vicios detectados como obliga su función de fiscalización y competencia legal.
2. Notable abandono de deberes de parte de la SEREMI MINVU por no supervigilar que se aplicasen las disposiciones legales, reglamentarias, administrativas y técnicas sobre construcción y avalar la modificación del instrumento de planificación territorial a pesar de los impactos que esto podía acarrear
3. Incompetencia y/o falta a la ética de los profesionales proyectistas

4. Notable falta del revisor independiente de arquitectura que dio conformidad a norma a un proyecto que no cumplía con informe de revisor de cálculo , que no cumplía con los requerimientos de estacionamiento , ni con la escala del equipamiento permitida ala momento de emitir su informe.
5. Falta de probidad del propietario y asesores de las empresas Pasmor S.A. y Océano S.A en su manifiesto afán de abusar del sistema y de la buena fé de los ciudadanos desde la concepción del proyecto.
6. Falta de la Constructora SALFA S.A. que se prestó para construir obviando lo que obliga la Ley de hacerlo " con sujeción estricta a los planos, especificaciones y demás antecedentes aprobados por la Dirección de Obras Municipales.

Por todo esto se requiere de una seria evaluación por parte de las autoridades y por la Contraloría General de la República para que se pronuncien con respecto a estas irregularidades, y se instruyan los sumarios y sanciones administrativas por vulnerar las disposiciones de la Constitución Política del Estado y de las leyes específicas, así como de las funciones a que los obliga el estatuto administrativo y la ley de probidad de los funcionarios municipales, y la ley de Bases de Administración del Estado.

D.- Sugerencias:

Reiterando lo señalado en carta del Colegio de Arquitectos de Chile, dirigida al Sr. Ministro de Vivienda y Urbanismo, el 11 de marzo de 2012 de la cual esperamos respuesta, en lo que dice:

"El no cumplimiento por parte de la empresa y las autoridades, de la Ley General de Urbanismo y Construcción, de los correspondientes Planes Reguladores y de los propios permisos de edificación los hacen ponerse al margen de la Ley y es preciso la aplicación de todo el rigor de ésta; porque es necesario que en nuestro país vuelva a imperar el principio de legalidad e igualdad ante la Ley", es que este Comité Técnico sugiere :

1. Solicitar la intervención de la Contraloría General de la República y de la Seremi de Vivienda y Urbanismo.
2. Amonestación verbal y escrita por parte del Colegio de Arquitectos de Chile a los arquitectos patrocinantes.
3. Amonestación verbal y escrita a la empresa SALFA S.A. por mala práctica empresarial por parte de la Cámara Chilena de la Construcción.
4. Amonestación verbal y escrita o eliminación del Registro de Revisores Independientes al revisor independiente de arquitectura arquitecto sr.: José Beović.
5. Amonestación verbal y escrita a la Empresa Propietaria de la construcción por mala práctica empresarial, por parte del organismo pertinente.

Anexo 4

6. Sumario administrativo y destitución de la directora de obras, y el ingreso de un arquitecto con experiencia como director de obras y la conformación al interior del departamento de obras de un departamento de asesoría urbana conducido por un arquitecto urbanista y un secretario quienes velaran por la revisión de expedientes y el crecimiento y desarrollo armónico de la ciudad.

Comité Técnico
Delegación Chiloé
Colegio de Arquitectos de Chile
Comité de Patrimonio Arquitectónico y Ambiental del Colegio de Arquitectos de Chile

Castro, 20 de Abril del 2009

Jack Mosa, y el bajo consumo en Los Lagos: “En nuestros centros comerciales, el impacto de la crisis salmonera no se ha notado”

El empresario, ligado al grupo Pasmor y controlador de los malls de Puerto Montt y Chiloé, entre otros, llama a los consumidores a ser ordenados y a no endeudarse en exceso.

ENTREVISTA DE LA SEMANA

Más de cuatro mil puestos de trabajo se han recortado este año en la Décima Región debido a la compleja situación por la que atraviesa la industria salmonera. Esto ha gatillado que el comercio de la zona de Los Lagos anote bajas en el consumo en torno al 30% y 40%, de acuerdo a cifras de la Cámara de Comercio de Puerto Montt. La situación se ha visto reflejada en un comportamiento de compra más controlado por parte de las personas, quienes han acotado sus inversiones a productos de primera necesidad.

Sin embargo, Jack Mosa, del grupo Pasmor y controlador de los malls

de Puerto Montt y Chiloé, entre otros, asegura que pese a la crisis, a junio de 2016 los centros comerciales que controlan han tenido un alza acumulada de 11% respecto de 2015.

—¿Cómo ha afectado al comercio el complejo panorama que viven las salmoneras?

“La situación ha sido efectivamente compleja en toda la zona. Sin embargo, en la suma total de nuestros siete centros comerciales, salas de supermercados y locales a la calle, los resultados han sido positivos”.

—Ustedes, entonces, ¿no han percibido la baja que acusa la Cámara de Comercio de Puerto Montt?

“La situación de los locales que no están en un centro comercial ha sido

más compleja; sin embargo, al primer semestre registramos un crecimiento en nuestros centros comerciales acumulado de 11% con respecto a 2015”.

—¿Qué es lo que más deja de comprar la gente ante esta situación?

“Obviamente, el público deja de adquirir artículos que no son de primera necesidad, pero en el caso de nuestros centros comerciales, el impacto de la crisis salmonera no se ha notado”.

—¿Qué estrategia se podría implementar en el corto plazo para revertir la baja en el consumo?

“Nosotros, como empresa, creemos firmemente en el desarrollo de la región, y por eso iniciamos la construcción de la primera etapa de la

ampliación del Mall Paseo Costanera, que hoy tiene 133 mil m² construidos y que considera una expansión de 75 mil m² adicionales, lo que dará trabajo a más de 500 personas”.

—¿Qué mensaje le entregaría a la gente de la región?

“En épocas como esta, todos debemos hacernos cargo: por un lado, las personas deben ser ordenadas y no endeudarse en exceso; por otro, los empresarios debemos seguir apostando por el desarrollo de Chile, con una mirada de largo plazo. Finalmente, a las autoridades les corresponde apoyar decididamente el crecimiento del país, con políticas que den confianza y tranquilidad a todos, facilitando las inversiones”.

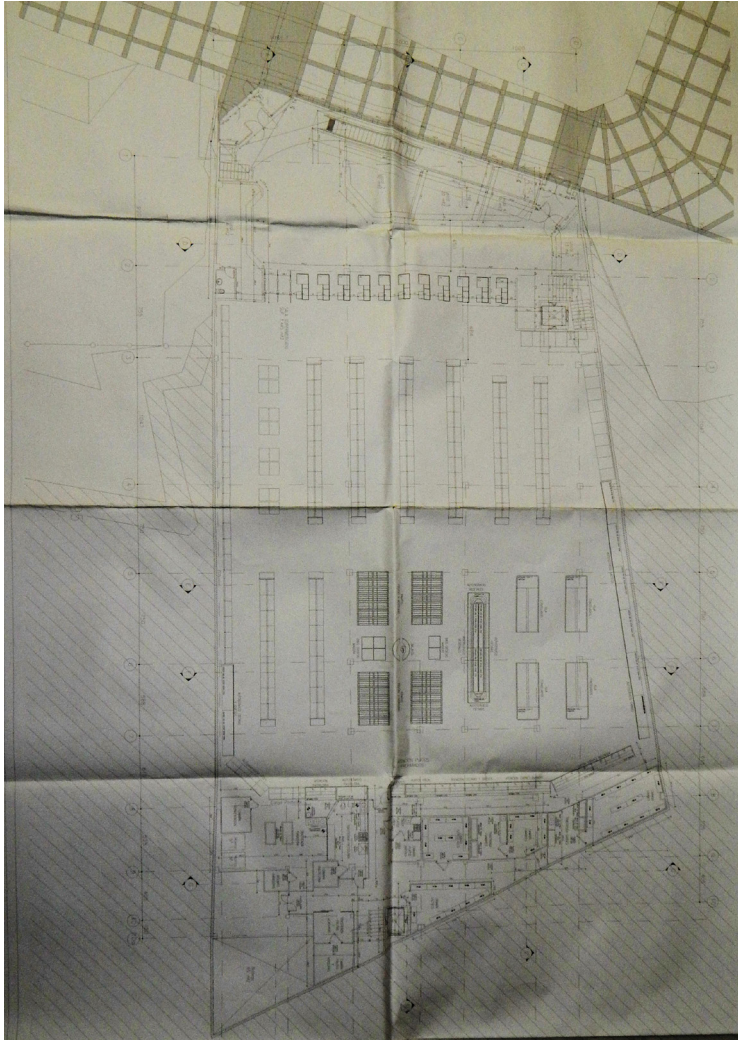


Mosa cuenta que la ampliación del mall Paseo Costanera dará trabajo a más de 500 personas.

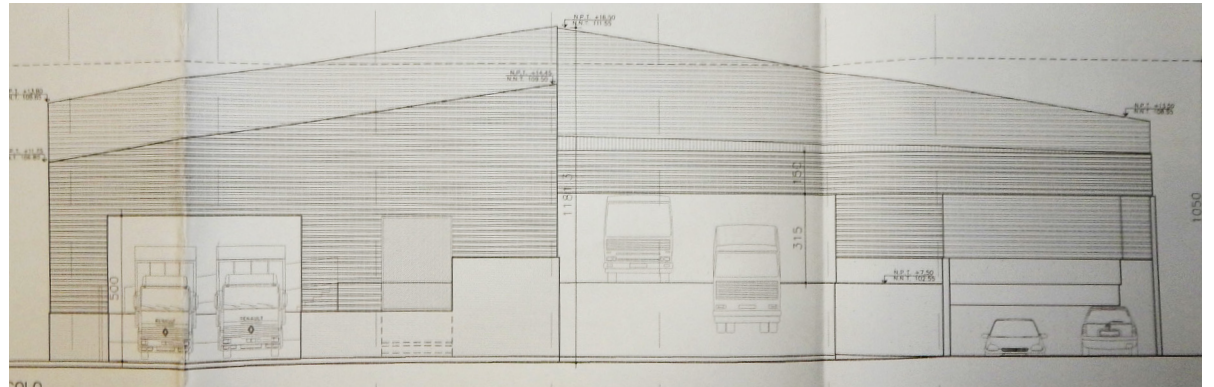
Anexo 6

Fuente: Dirección de Obras Municipalidad de Ancud. Fotografía Elaboración Propia

PLANIMETRÍA TERMINAL RURAL



Planta primer piso: Supermercado

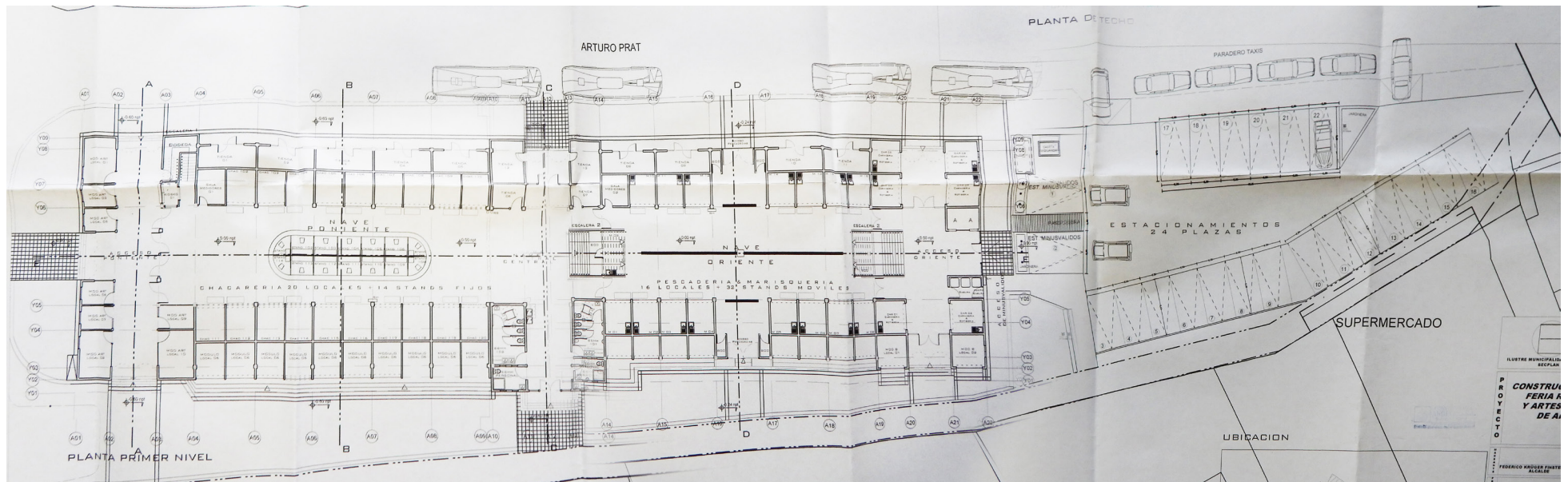
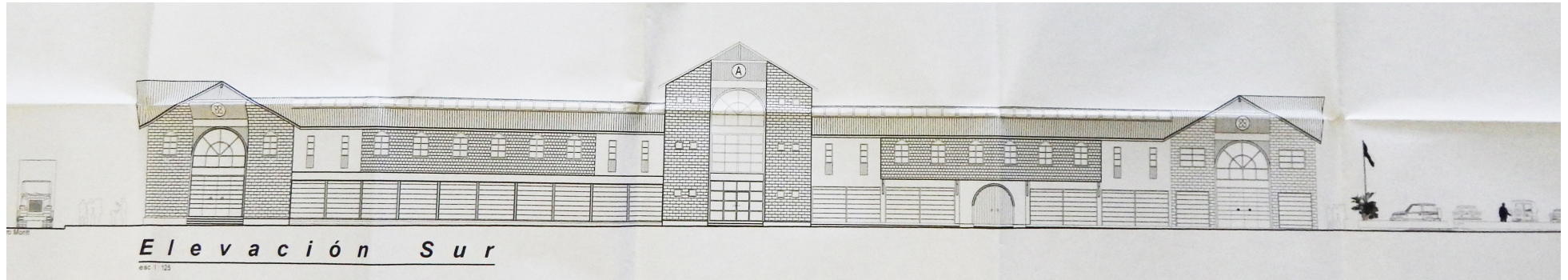


Fachada Sur

Anexo 7

Fuente: Dirección de Obras Municipalidad de Ancud. Fotografía Elaboración Propia

PLANIMETRÍA FERIA MUNICIPAL



Planta Primer Piso

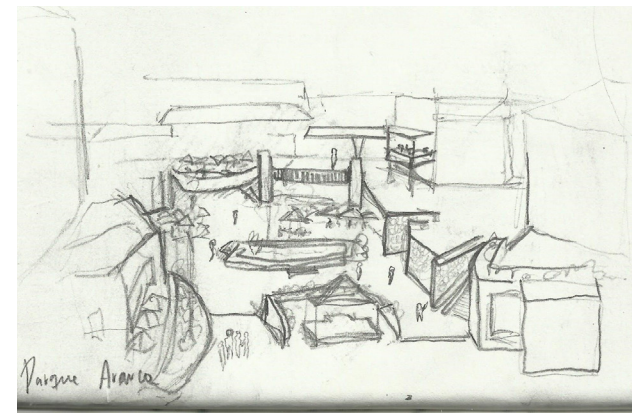
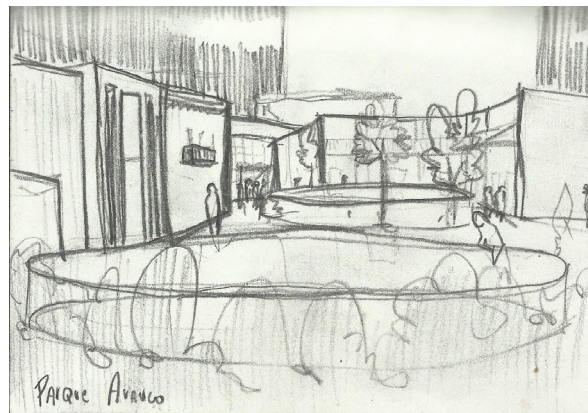
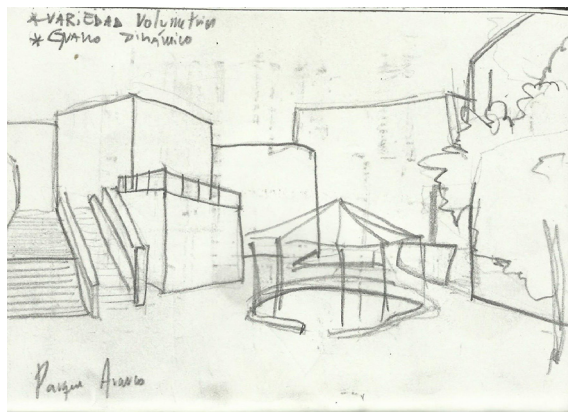
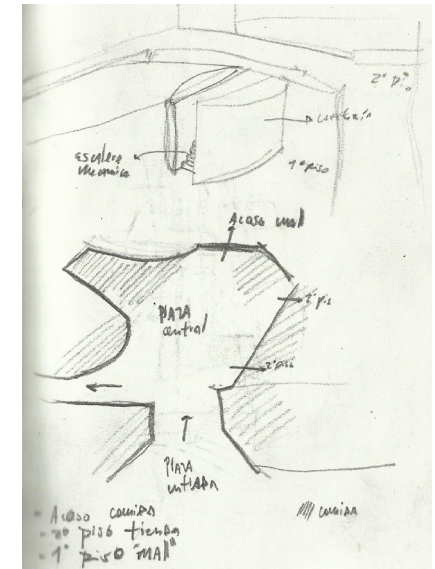


Anexo 8

Descripción Comercial

Parque Arauco

- Variedad volumétrica
- Grano dinámico
- Diversidad morfológica
- Variedad de vistas
- Espacio central jerárquico que distribuye espacios
- Reproducción de la calle y plazas

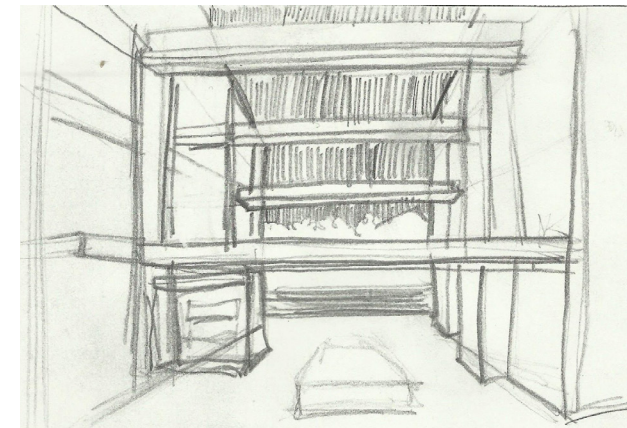
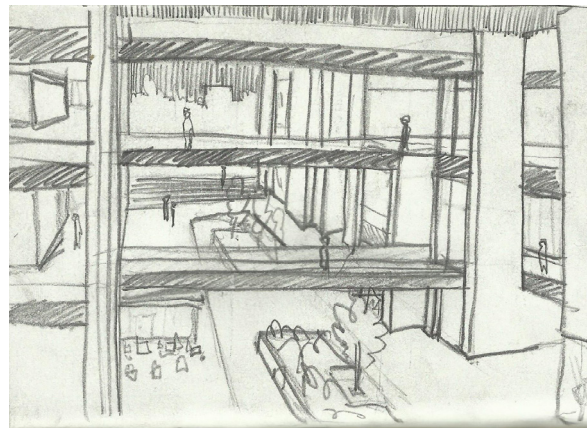
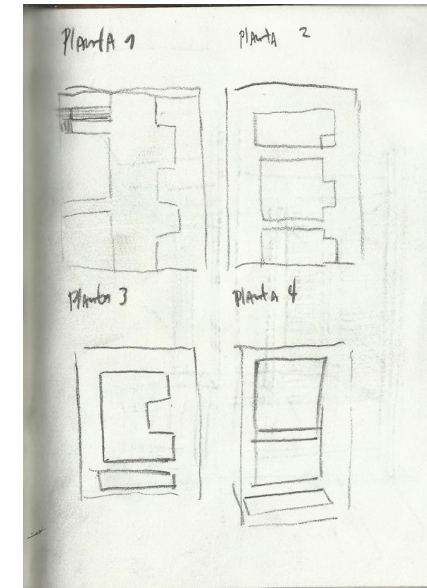
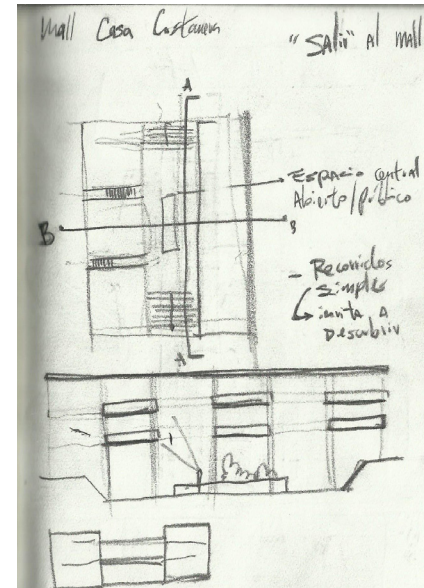


Anexo 7

Descripción Comercial

Mall Casa Costanera

- Concepto "Salir al Mall"
- Espacio abierto hacia la ciudad
- Público urbanamente
- Recorridos simples que invitan a descubrir
- Todas las plantas tienen distinta morfología
- Interés espacial

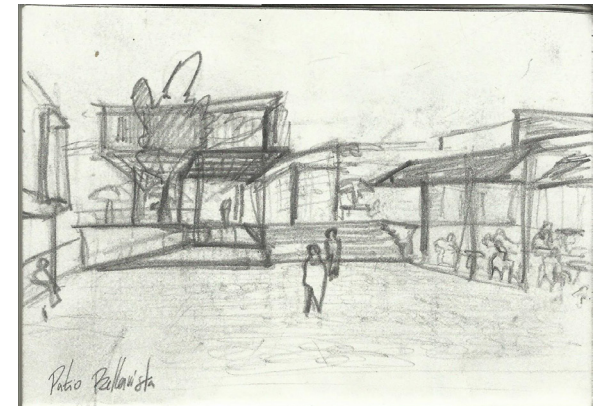
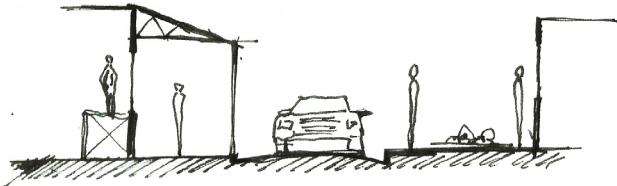
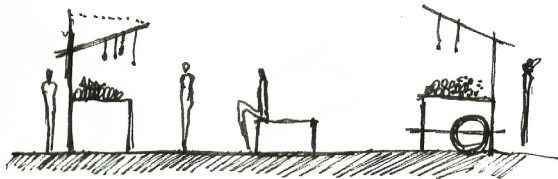


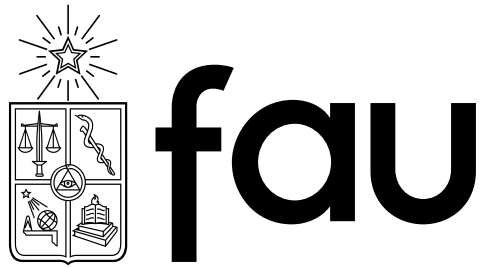
Anexo 7

Descripción Comercial

Patio Bellavista y comercio tradicional

- Relación interpersonal del comercio
- Escala domestica
- Espacio público (Calle) utilizado por comercio
- Protección climatica menor
- Variedad de plazas en distinta escala
- Recorridos estrechos





FACULTAD DE ARQUITECTURA Y URBANISMO
UNIVERSIDAD DE CHILE



fau

FACULTAD DE ARQUITECTURA Y URBANISMO
UNIVERSIDAD DE CHILE