



CID

**Centro de
Investigaciones
para el Desarrollo**



UNIVERSIDAD
NACIONAL
DE COLOMBIA

Sede Bogotá
Facultad de
Ciencias Económicas

**INFORME FINAL / ANEXO
UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA
CENTRO DE INVESTIGACIONES PARA EL DESARROLLO**

**IDENTIFICACION DE FACTORES CRITICOS DE ÉXITO
FONDO DE VENTAS POPULARES**

Bogotá, Mayo de 2001

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS**

**CENTRO DE INVESTIGACIONES PARA EL DESARROLLO
- CID -**



**IDENTIFICACION DE FACTORES CRITICOS DE ÉXITO
FONDO DE VENTAS POPULARES**

**ANEXO
INFORME FINAL**

BOGOTA MAYO DE 2001

ANEXO

TABLAS DE FACTORES URBANISTICOS Y ARQUITECTONICOS QUE INCIDEN POSITIVA O NEGATIVAMENTE EN EL FUNCIONAMIENTO DE LOS PROYECTOS EJECUTADOS POR EL FONDO DE VENTAS POPULARES

En este anexo se presentan los factores urbanísticos y arquitectónicos que inciden positiva o negativamente en los proyectos ejecutados por el Fondo. En primera instancia presentamos la definición y descripción de las variables observadas luego se muestra la tabla de las variables por proyecto que permitió identificar los Factores críticos.

1. Implantación Urbanística

El análisis de la implantación urbanística de los proyectos de reubicación permite determinar el éxito de un proyecto con base en su localización en la ciudad y las ventajas comparativas que esta pueda generar. Se mide a través de la variable de localización.

Localización Comercial

Analiza las ventajas comparativas de localización comercial del proyecto teniendo en cuenta la ubicación en los grandes centros de intercambio comercial de la ciudad, vías de acceso reconocidas y cercanas a los principales sistemas de transporte, el manejo adecuado del espacio público representado en la presencia o no de vendedores ambulantes o estacionarios que lo deterioren y las condiciones de competencia desleal entre estos y el proyecto.

Variables:

- Cercanía con centros de negocios y comercio en la ciudad
- Facilidad de acceso, representado en vías y transporte
- Presencia de Ventas ambulantes o estacionarias

2. Diseño Arquitectónico

El análisis del diseño arquitectónico permite entender si un proyecto de reubicación cumple con las características de un espacio comercial viable en su ocupación, atractivo, sostenible y de reconocimiento dentro de la comunidad de vendedores y compradores de la ciudad. Este análisis se hace a través de cuatro aspectos a saber:

- **Accesos:** La calidad de un espacio comercial se puede observar en la ubicación y caracterización de los accesos dado que estos son la puerta de entrada al proyecto, se constituyen en la "primera impresión" del comprador.

Variables

- Amplitud
- Integración del acceso con el espacio público
- **Circulaciones y espacio público interior:** se refiere a las circulaciones y el espacio público interior del proyecto. Se refiere exactamente a corredores, escaleras, manejo de los niveles y las visuales.

- En general estos elementos deben reproducir y mejorar las condiciones de “la calle”, brindando un confort espacial que invite al comprador a recorrerlos, donde todos los espacios comerciales se encuentren en igualdad de condiciones y sean fácilmente identificados, desde cualquier punto del proyecto, por los usuarios. Este confort implica la fijación de elementos espaciales como la estética, la seguridad, la iluminación, los materiales y la amplitud.

Variables

- Amplitud
- Iluminación
- Estética
- Visuales interiores

- **Locales Comerciales:** se refiere al espacio diseñado para la venta y debe cumplir con unas características mínimas para la presentación adecuada de los productos.

Variables

- Facilidad para la disposición de los productos

- **Servicios Complementarios:** Todo espacio comercial debe contar con servicios que complementen las actividades de los vendedores y compradores como son el diseño y localización de los baños, zonas de comidas, casetas telefónicas y zonas de parqueo.

Variables

- Disposición y funcionamiento de los baños
- Disposición y funcionamiento de las zonas de comidas
- Posibilidad de Parqueo

El análisis de las variables urbanísticas y arquitectónicas se realizó a los proyectos que se consideran terminados. En los proyectos en etapa de formulación o de adecuación solo se consideró el análisis de implantación urbanística.

PROYECTO: Servilibros III Milenio

LOCALIZACION: Calle 15 No. 9 46

FACTOR	Implantación Urbanística
VARIABLES	
Localización Comercial	
1. Cercanía con centros de comercio y Negocios	<ul style="list-style-type: none"> Se encuentra en un sector intermedio entre los centros de San Victorino y la Calle 19, por ello, el sitio no es un destino plenamente reconocido. Se encuentra cerca de un punto de ventas de libros en la calle 16 con carrera 8ª, los centros comerciales de este punto están plenamente consolidados y presentan mejor surtido, por esto el nuevo punto no tiene un alto reconocimiento en la ciudad.
2. Facilidad de Accesos	<ul style="list-style-type: none"> Se encuentra a media cuadra de la carrera 10ª, donde circulan gran cantidad de rutas de transporte, lo cual representa una accesibilidad relativamente buena, aun cuando la vía sea muy congestionada, El acceso al sector en vehículo particular es muy complicado, puesto que no se puede parquear y los sentidos de acceso obligarían a transitar por la carrera 10ª.
3. Calidad del espacio público inmediato	<ul style="list-style-type: none"> Las calles 15 y 16, se ven invadidas por vendedores ambulantes, que en su mayoría venden libros de ocasión. La carrera 7ª la avenida Jiménez y la calle 19, presentan altos índices de ocupación del espacio público, por parte de las ventas ambulantes de libros y discos. La calidad del espacio público cercano está deteriorada por la circulación de vehículos de transporte. Los andenes del sector son estrechos y el alto tráfico vehicular genera problemas al acceso peatonal del sector. No existe ningún tipo de amoblamiento o arborización.
FACTOR	Diseño Arquitectónico
VARIABLES	
Accesos	
1. Amplitud	<ul style="list-style-type: none"> El proyecto presenta un acceso amplio donde todo el espacio comercial y los corredores son visibles desde la calle.
2. Integración del acceso con el Espacio Público	<ul style="list-style-type: none"> El acceso al proyecto se integra de manera adecuada con el espacio público, puesto que genera un pequeño espacio que amplía el andén y hace transición entre la calle y los locales.
Circulación y Espacio Público Interior	
1. Amplitud	<ul style="list-style-type: none"> Los corredores interiores son estrechos, pero recorrerlos no es incómodo. Las circulaciones transversales desahogan fácilmente los corredores principales, permitiendo un recorrido cómodo del proyecto.
2. Iluminación	<ul style="list-style-type: none"> La iluminación natural de los corredores y de todo el centro comercial es excelente, evitando el uso de luminarias artificiales. El tratamiento lumínico no permite controlar adecuadamente las radiaciones solares, esta situación genera incomodidades ambientales y deteriora los libros.
3. Estética	<ul style="list-style-type: none"> El ladrillo a la vista y la iluminación natural cenital hacen atractivo el espacio comercial. Los materiales del piso se encuentran en buen estado y complementan adecuadamente el ladrillo de los locales. El cerramiento de los locales con rejas metálicas afecta el aspecto de presentación interior.
4. Visuales Interiores	<ul style="list-style-type: none"> Todo el espacio comercial es visible desde la calle, lo cual genera igualdad de condiciones para todos los locales y hace atractivo y seguro el recorrido. Los corredores transversales permiten vistas alternativas a los corredores principales, haciendo fácil la ubicación de los locales.
Locales Comerciales	
1. Facilidad para la disposición de Productos	<ul style="list-style-type: none"> Los locales son estrechos pero permiten apilar fácilmente los libros. La exposición de los libros es buena, puesto que los estantes se encuentran a nivel del horizonte visual y conforman bibliotecas longitudinales atractivas y eficientes para el usuario. El ladrillo a la vista está muy bien complementado con los estantes en madera, logrando una presentación agradable de los locales comerciales. El espacio para el vendedor es reducido e incómodo.
Servicios Complementarios	
1. Baños	<ul style="list-style-type: none"> Los baños se localizan en la parte posterior del centro comercial, no son fáciles de ubicar y no hay señalización. Se encuentran en regular estado Los baños no están abiertos de forma permanente, haciendo deficiente el servicio.
2. Zonas de Comidas	<ul style="list-style-type: none"> Se localizan en la parte posterior del centro comercial por lo cual el sitio no es fácilmente

	<p>visible ni atractivo.</p> <ul style="list-style-type: none"> • No ofrecen condiciones adecuadas para la atención de los clientes por la falta de espacio para mesas o barras amplias. • Necesita una mejor adecuación espacial.
3. Posibilidad de Parqueo	<ul style="list-style-type: none"> • El proyecto no presenta adecuaciones para parqueaderos y la calle 15 no puede ser usada para este fin, por eso es muy difícil acercarse al proyecto en auto particular. • El tráfico vehicular del sector hace muy complicado el acceso vehicular.

PROYECTO: Centro libros siglo XXI

LOCALIZACION: Calle 15 No. 9 - 45

FACTOR	Implantación Urbanística
VARIABLES	
Localización Comercial	
1. Cercanía con centros de comercio y Negocios	<ul style="list-style-type: none"> Se encuentra en un sector intermedio a nivel de la ciudad entre los centros de San Victorino y la Calle 19, por ello el sitio no es un destino plenamente reconocido. Se encuentra cerca de un punto de ventas de libros en la calle 16 con carrera 8ª, los centros comerciales de este punto están plenamente consolidados y presentan mejor surtido, por esto el nuevo punto no tiene un alto reconocimiento en la ciudad. Es importante que en conjunto con el proyecto de servilibros III milenio conformen un punto de venta reconocido en el sector.
2. Facilidad de Accesos	<ul style="list-style-type: none"> Se encuentra a media cuadra de la carrera 10ª, donde circulan gran cantidad de rutas de transporte, lo cual representa una accesibilidad relativamente buena, aun cuando la vía sea muy congestionada. El acceso al sector en vehículo particular es muy complicado, puesto que no se puede parquear y los sentidos de acceso obligarían a transitar por la carrera 10ª.
3. Calidad del espacio público inmediato	<ul style="list-style-type: none"> Las calles 15 y 16, se ven invadidas por vendedores ambulantes, que en su mayoría venden libros de ocasión. La carrera 7ª la avenida Jiménez y la calle 19, presentan altos índices de ocupación del espacio público, por parte de las ventas ambulantes de libros y discos. La calidad del espacio público cercano está deteriorada por la circulación de vehículos de transporte. Los andenes del sector son estrechos y el alto tráfico vehicular genera problemas de acceso peatonal al sector. No existe ningún tipo de amoblamiento o arborización.
FACTOR	Diseño Arquitectónico
VARIABLES	
Accesos	
1. Amplitud	<ul style="list-style-type: none"> El proyecto presenta un acceso amplio donde todo el espacio comercial y los corredores son visibles desde la calle.
2. Integración del acceso con el Espacio Público	<ul style="list-style-type: none"> El acceso al proyecto genera un pequeño espacio que amplía el andén y hace transición entre la calle y los locales.
Circulación y Espacio Público Interior	
1. Amplitud	<ul style="list-style-type: none"> Los corredores interiores son amplios y cómodos de recorrer. Posee una circulación transversal que desahoga los corredores principales, permitiendo un recorrido cómodo del proyecto.
2. Iluminación	<ul style="list-style-type: none"> Los corredores no poseen iluminación natural sin embargo el alumbrado artificial es adecuado y brinda seguridad al recorrido.
3. Estética	<ul style="list-style-type: none"> Los materiales del piso se encuentran en buen estado y complementan adecuadamente la iluminación instalada en el cielo raso. El cerramiento de los locales en vidrio, brinda amplitud al espacio interior.
4. Visuales Interiores	<ul style="list-style-type: none"> Todo el espacio comercial es visible desde la calle, lo cual genera igualdad de condiciones para todos los locales y hace atractivo y seguro el recorrido. No existen vistas alternativas a los corredores principales, puesto que solo hay dos pasos transversales.
Locales Comerciales	
1. Facilidad para la disposición de Productos	<ul style="list-style-type: none"> Los locales son estrechos pero permiten apilar fácilmente los libros. La exposición de los libros es buena, puesto que los estantes y conforman bibliotecas longitudinales atractivas y eficientes para el usuario, aprovechando todos los espacios del módulo. Los módulos en vidrio permiten transparencia y fácil exhibición de los productos logrando una presentación agradable de los locales comerciales y del espacio en general El espacio para el vendedor es muy reducido
Servicios Complementarios	
1. Baños	<ul style="list-style-type: none"> Los baños se localizan en el segundo piso de la edificación donde además se encuentra la administración no son fáciles de ubicar y no hay señalización. Se encuentran en regular estado Los baños no están abiertos al público en general, solo pueden usarlos los propietarios de módulos haciendo deficiente el servicio.
2. Zonas Comidas	<ul style="list-style-type: none"> Se localizan en la parte intermedia del centro comercial, pero no se encuentran funcionando, por lo cual esta actividad se desarrolla en varios módulos del fondo, que no

	<p>están debidamente adecuados a esta función.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Estos módulos no ofrecen condiciones adecuadas para la atención de los clientes por la falta de espacio para mesas o barras amplias y han invadido el corredor para suplir esta deficiencia.
3. Posibilidad de Parqueo	<ul style="list-style-type: none"> • El proyecto no presenta adecuaciones para parqueaderos y la calle 15 no puede ser usada para este fin, por lo cual es muy difícil acercarse al proyecto en auto particular. • El tráfico vehicular del sector hace muy complicado el acceso vehicular.

PROYECTO: Centro Comercial Luna Verde - Asincomodis

LOCALIZACION: Carrera 10 No. 12 – 58

FACTOR	Implantación Urbanística
VARIABLES	
Localización Comercial	
1. Cercanía con centros de comercio y Negocios	<ul style="list-style-type: none"> Buena localización, se encuentra en el sector de San Victorino, sobre la carrera décima, siendo un sitio consolidado y plenamente reconocido en la ciudad.
2. Facilidad de Accesos	<ul style="list-style-type: none"> Se encuentra sobre la carrera 10ª, donde circulan gran cantidad de rutas de transporte, lo cual representa una accesibilidad relativamente buena, aun cuando la vía sea muy congestionada. El acceso al sector en vehículo particular es muy complicado, puesto que no se puede parquear y el acceso al proyecto es por la carrera 10ª.
3. Calidad del espacio público inmediato	<ul style="list-style-type: none"> Las calles 12 y 13, así como la carrera 10ª se ven invadidas por vendedores ambulantes que compiten con los mismos productos del centro comercial, como tenis, medias y misceláneos. La calidad del espacio público cercano está deteriorada por la circulación de vehículos de transporte que genera problemas al acceso peatonal del sector como alta contaminación auditiva y de gases, así como dificultad para cruzar la vía. Los andenes del sector son estrechos y están muy deteriorados con desniveles que no permiten un tránsito continuo. No existe ningún tipo de amoblamiento o arborización.
FACTOR	Diseño Arquitectónico
VARIABLES	
Accesos	
1. Amplitud	<ul style="list-style-type: none"> El proyecto presenta un acceso incómodo y estrecho a través de un solo corredor.
2. Integración del acceso con el Espacio Público	<ul style="list-style-type: none"> El acceso al proyecto no se integra de manera adecuada con el espacio público, no existen espacios de transición entre el interior y la calle. Todos los problemas de contaminación generados por los vehículos afectan en forma directa el espacio interior.
Circulación y Espacio Público Interior	
1. Amplitud	<ul style="list-style-type: none"> Los corredores interiores son estrechos e incómodos de recorrer, tanto en el primero como en el segundo nivel. Las escaleras para subir al segundo nivel son peligrosas, sin barandas adecuadas y sin entrepasos. Las escaleras afectan la circulación del primer nivel haciendo estrecho el paso.
2. Iluminación	<ul style="list-style-type: none"> La iluminación natural de los corredores del primer nivel es a través del acceso y es insuficiente. La iluminación del segundo nivel es a través de una ventana en el frente y de claraboyas en la parte posterior, mejor que la del primer nivel.
3. Estética	<ul style="list-style-type: none"> El espacio comercial no es atractivo por lo estrecho de las circulaciones. El segundo piso se encuentra desocupado, puesto que no es atractivo comercialmente, ya que los módulos están escondidos por la relación deficiente entre niveles. El cerramiento de los locales con exhibidores en vidrio, permite una presentación interior aceptable.
4. Visuales Interiores	<ul style="list-style-type: none"> El segundo piso se encuentra desocupado, puesto que no es atractivo comercialmente, ya que los módulos están escondidos por la relación deficiente entre niveles. Las escaleras cortan la continuidad visual en el primer nivel.
Locales Comerciales	
1. Facilidad para la disposición de Productos	<ul style="list-style-type: none"> Los locales son estrechos pero permiten apilar fácilmente los productos. El módulo en vidrio logra una presentación agradable de los locales comerciales y facilita la exhibición de mercancías. El espacio para el vendedor es reducido.
Servicios Complementarios	
1. Baños	<ul style="list-style-type: none"> Los baños no están abiertos al público, haciendo deficiente el servicio.
2. Zonas Comidas	<ul style="list-style-type: none"> No existen espacios para este fin, que apoyen la actividad comercial.
3. Posibilidad de Parqueo	<ul style="list-style-type: none"> El proyecto no presenta adecuaciones para parqueaderos y la carrera 10ª no puede ser usada para este fin, por ello el acceso al proyecto en auto particular es difícil. El transporte público y la congestión del sector complica el acceso vehicular.

PROYECTO: Rotonda Santa Fe**LOCALIZACION: Carrera 7ª No. 26 – 82 (adecuaciones Preliminares)**

El análisis de este proyecto se hace únicamente sobre la implantación urbanística, puesto que el proyecto final no se ha construido y actualmente funciona gracias a las adecuaciones preliminares ejecutadas por el Fondo de Ventas populares.

FACTOR	Implantación Urbanística
VARIABLES	
Localización Comercial	
1. Cercanía con centros de comercio y Negocios	<ul style="list-style-type: none">• Se encuentra en un sector del centro internacional sobre la carrera 7ª. es un espacio de alta calidad, con un entorno muy apropiado que beneficia significativamente al proyecto.• Su localización es un destino reconocido y de gran importancia comercial.• Los centros comerciales del sector se encuentran en la planta baja de los grandes edificios y se desarrollan principalmente sobre el costado opuesto al de la rotonda.• La cercanía de importantes edificios como la iglesia de San Diego, el hotel Tequendama, la corte, la plaza de Toros y el Planetario atrae grandes flujos peatonales de carácter lúdico y comercial.
2. Facilidad de Accesos	<ul style="list-style-type: none">• Se encuentra sobre la carrera 7ª donde circulan gran cantidad de rutas de transporte, lo que representa una accesibilidad relativamente buena, aun cuando la vía sea muy congestionada.• El acceso al sector en vehículo particular es difícil en horas pico.
3. Calidad del espacio público inmediato	<ul style="list-style-type: none">• En dicho punto la carrera 7ª tiene andenes amplios que facilita la circulación peatonal.• La carrera 7ª presenta altos índices de ocupación del espacio público, por parte de las ventas ambulantes.• La calidad del espacio público cercano está deteriorada por la circulación de vehículos de transporte.• No existe amoblamiento pero sí arborización.• El espacio del centro internacional facilita el tránsito peatonal, situación que beneficia en forma directa la localización del proyecto.• El proyecto no presenta adecuaciones para parqueaderos y la carrera 7ª no puede ser usada para este fin.

PROYECTO: Rotonda La Candelaria
LOCALIZACION: Calle 12 No. 6 – 56

FACTOR	Implantación Urbanística
VARIABLES	
Localización Comercial	
1. Cercanía con centros de comercio y Negocios	<ul style="list-style-type: none"> Se encuentra en el centro tradicional de la ciudad a media cuadra de la carrera 7ª, es un lugar estratégico por los flujos peatonales generados por varias universidades cercanas, la biblioteca Luis Angel Arango y la plaza de Bolívar.
2. Facilidad de Accesos	<ul style="list-style-type: none"> Sobre la carrera 7ª circulan gran cantidad de rutas de transporte, lo cual representa una accesibilidad relativamente buena, aun cuando la vía sea muy congestionada. El acceso al sector en vehículo particular es difícil.
3. Calidad del espacio público inmediato	<ul style="list-style-type: none"> La calle 12 tiene andenes amplios en este punto que facilitan la circulación peatonal. La carrera 7ª presenta altos índices de ocupación del espacio público, por parte de las ventas ambulantes. No existe amoblamiento pero sí arborización.
FACTOR	Diseño Arquitectónico
VARIABLES	
Accesos	
1. Amplitud	<ul style="list-style-type: none"> El proyecto se integra al espacio público como una pequeña plazoleta, generando un acceso amplio y continuidad espacial.
2 Integración del acceso con el Espacio Público	<ul style="list-style-type: none"> La integración del proyecto con la calle 12 es excelente, permite total visibilidad del espacio interior, brindando la sensación de seguridad y otorgándole a un espacio privado el carácter de espacio público.
Circulación y Espacio Público Interior	
1. Amplitud	<ul style="list-style-type: none"> La plazoleta es amplia y adecuada para el número de módulos, siendo un lugar acogedor.
2. Iluminación	<ul style="list-style-type: none"> La iluminación es natural por el carácter abierto del proyecto. Los módulos tienen iluminación propia pero con la natural es suficiente.
3. Estética	<ul style="list-style-type: none"> El carácter de plazoleta y el tratamiento del piso en cerámicos es muy acorde con la estética de la Candelaria. La falta de amoblamientos interiores como bancas y jardines o vegetación le restan atractivo al espacio comercial.
4. Visuales Interiores	<ul style="list-style-type: none"> Todo el espacio comercial es visible desde la calle por su carácter abierto, lo cual genera igualdad de condiciones para todos los locales, motivando el acceso y la permanencia.
Locales Comerciales	
1. Facilidad para la disposición de Productos	<ul style="list-style-type: none"> Los locales son un poco estrechos pero suficientes. La exhibición de los productos es de carácter externo y debe complementar la presentación del espacio.
Servicios Complementarios	
1. Baños	<ul style="list-style-type: none"> Los baños se localizan en uno de los ángulos de la plazoleta, son fáciles de ubicar y su presentación no afecta el espacio público del proyecto. Se encuentran en buen estado. Los baños no están abiertos de forma permanente al público, haciendo deficiente el servicio.
2. Zona de Comidas	<ul style="list-style-type: none"> No posee espacios especiales para ésta función, sin embargo varios módulos tienen ventas de comestibles que no requieren adecuaciones adicionales.
3. Posibilidad de Parqueo	<ul style="list-style-type: none"> El proyecto no presenta adecuaciones para parqueaderos y la calle 12 no puede ser usada para éste fin. Sin embargo, en el sector existe una amplia oferta de parqueaderos que atienden la demanda de las universidades cercanas. El alto tráfico del sector hace muy complicado el acceso vehicular.

PROYECTO: La Caseta Feria Popular - Kennedy
LOCALIZACION: Carrera 80ª No. 37 – 00 (adecuaciones Preliminares)

El análisis de este proyecto se hace únicamente sobre la implantación urbanística, puesto que el proyecto final no se ha construido y actualmente funciona gracias a las adecuaciones preliminares ejecutadas por el Fondo de Ventas populares.

FACTOR	Implantación Urbanística
VARIABLES	
Localización Comercial	
1. Cercanía con centros de comercio y Negocios	<ul style="list-style-type: none"> • Se encuentra en uno de los sectores centrales de Kennedy, sobre la carrera 80ª, con alto reconocimiento comercial. • La cercanía de Cafam y la droguería Colsubsidio lo convierten en un destino con alto reconocimiento dentro del sector.
2. Facilidad de Accesos	<ul style="list-style-type: none"> • Se encuentra sobre la carrera 80ª, donde circulan gran cantidad de rutas de transporte de la localidad que llegan por esta misma o por la calle 37, lo que representa una accesibilidad buena. • El acceso al sector en vehículo particular es complicado en horas pico por la insuficiencia de vías de la localidad y el deterioro de la carrera 80ª que vuelven lento el tráfico. • El acceso puede ser más fácil desde la carrera 81, lo que debería ser tenido en cuenta para el proyecto final.
3. Calidad del espacio público inmediato	<ul style="list-style-type: none"> • La carrera 80ª fue liberada de vendedores ambulantes, sin embargo se observan nuevos grupos frente a Cafam. • La calidad del espacio público cercano está deteriorada por la circulación de vehículos de transporte que generan contaminación auditiva y de gases. • Los andenes del lado oriental de la carrera 80ª son amplios y tienen amoblamiento urbano y arborización, mejorando notablemente la calidad de la circulación en esta vía • Existe un puente peatonal cerrado por el deterioro de su estructura, este representa un peligro para los peatones y debe ser reparado o demolido.

PROYECTO: La caseta Feria Popular - Fontibón
LOCALIZACION: Carrera 99 No. 26 – 33 (adecuaciones Preliminares)

El análisis de este proyecto se hace únicamente sobre la implantación urbanística, puesto que el proyecto final no se ha construido y actualmente funciona gracias a las adecuaciones preliminares ejecutadas por el Fondo de Ventas populares.

FACTOR	Implantación Urbanística
VARIABLES	
Localización Comercial	
1. Cercanía con centros de comercio y Negocios	<ul style="list-style-type: none"> • Se encuentra en cercanías del centro fundacional de Fontibón sobre una de las principales vías de acceso a la localidad como es la carrera 99. • La carrera 100 es la que desarrolla mayoritariamente el comercio, por lo cual la carrera 99 no se ha logrado consolidar en forma definitiva. • El estar cerca de Cafam es una ventaja por la atracción comercial que éste representa.
2. Facilidad de Accesos	<ul style="list-style-type: none"> • Las carreras 99 y 100 conforman el par vial más importante de la localidad concentrando la totalidad de los recorridos y rutas de transporte, lo cual representa una buena accesibilidad.
3. Calidad del espacio público inmediato	<ul style="list-style-type: none"> • La carrera 100 y las calles 27 y 26 presentan altos índices de ocupación del espacio público por ventas ambulantes. • La carrera 99 no presenta problemas de ventas ambulantes. • La calidad del espacio público cercano está deteriorada por la circulación de vehículos de transporte que generan contaminación auditiva y de gases. • Los andenes de la carrera 99 son amplios, mas no tienen un tratamiento continuo y presentan problemas de desniveles y obstáculos. • Los andenes no tienen amoblamiento urbano ni arborización. • Existen varios edificios de carácter institucional que no permitieron el desarrollo del comercio sobre la vía. • Los andenes de la carrera 99 y las calles 27 y 26 son invadidos por los vehículos particulares, atraídos principalmente por el comercio y los servicios ubicados sobre la carrera 100.

PROYECTO: La caseta Feria Popular – Proyecto Plaza España
LOCALIZACION: Calle 11 entre carreras 19 y 20 (adecuaciones Preliminares)

El análisis de este proyecto se hace únicamente sobre la implantación urbanística, puesto que el proyecto final no se ha construido y actualmente funciona gracias a las adecuaciones preliminares ejecutadas por el Fondo de Ventas populares.

FACTOR	Implantación Urbanística
VARIABLES	
Localización Comercial	
1. Cercanía con centros de comercio y Negocios	<ul style="list-style-type: none"> • Se encuentra en el sector de San José, uno de los lugares más tradicionales del comercio en la ciudad. • En éste sector tiene asiento un volumen importante de comercio mayorista de víveres que funciona como grandes bodegas y almacenes sobre la carrera 18. • En este sector se ubica el San Andresito de San José, sobre la carrera 19 hasta la 24, este tiene un alto reconocimiento dentro del comercio de la ciudad. • El sector guarda estrecha relación con San Victorino a través de la calle 10ª. • El punto de venta de los Ropavejeros está fuertemente acreditado y reconocido en la ciudad. Esta situación es ventajosa para el proyecto, pues al desarrollarse en la misma zona de la ubicación original no perderá su tradición comercial.
2. Facilidad de Accesos	<ul style="list-style-type: none"> • El acceso al lugar se realiza principalmente por la carrera 18 viniendo desde la calle 13 y por la calle 11 viniendo desde la carrera 24. • El acceso no es fácil puesto que la carrera 18 y la calle 11 presentan altos niveles de congestión por el uso de la vía para estacionar o para descargar de productos en los almacenes y bodegas.
3. Calidad del espacio público inmediato	<ul style="list-style-type: none"> • El espacio público del sector está invadido por las ventas ambulantes, en particular el sector del San Andresito. • La calidad del espacio público cercano está deteriorada por la circulación de vehículos de carga que han dañado los andenes y el pavimento. • Los andenes se ven invadidos por los vehículos que cargan productos en las bodegas y almacenes, haciendo imposible la continuidad de la circulación peatonal. • El parque – plaza del hospital San José cuenta con amoblamiento urbano y arborización, siendo en el sector el único espacio público en aceptable condición. • El comercio de los Ropavejeros ha invadido totalmente el andén y es necesario caminar por la vía. • El proyecto de reubicación mejoraría notablemente la calidad del espacio público del sector, liberando andenes y conformando una de las caras del parque – plaza.

PROYECTO: Reubicación Vivanderas Plaza de mercado Sta. Inés
LOCALIZACION: Calle 17 No. 4 – 65 (Compra de inmueble)

FACTOR	Implantación Urbanística
VARIABLES	
Localización Comercial	
1. Cercanía con centros de comercio y Negocios	<ul style="list-style-type: none"> • Se encuentra en un sector aledaño al centro de la ciudad que no tiene grandes desarrollos comerciales, no goza de reconocimiento y en general no es adecuado para ésta actividad. • No existen sitios que generen atracción de público. • El sector ha sufrido transformaciones de usos residenciales hacia usos institucionales y educativos que han causado abandono y desvalorización de los inmuebles.
2. Facilidad de Accesos	<ul style="list-style-type: none"> • Al sector se puede acceder principalmente desde la carrera 7ª, la carrera 5ª y la calle 19. • El acceso al sector en vehículo particular es muy complicado en horas pico. La malla vial es residencial pero está saturada por el transporte público y particular que buscan escapar a la congestión de las carreras 7ª, 8ª y 5ª. • Los sentidos viales están desarrollados, en su mayoría, en dirección norte-sur, complicando el acceso desde la avenida Jiménez.
3. Calidad del espacio público inmediato	<ul style="list-style-type: none"> • Los andenes son estrechos y están deteriorados. • Los andenes son invadidos por vehículos estacionados. • El espacio público no presenta ningún tipo de amoblamiento o arborización. • La calidad del espacio público cercano esta deteriorada por la circulación de vehículos de transporte público y particular que generan contaminación auditiva y de gases. • La circulación peatonal es peligrosa por el continuo flujo vehicular.

PROYECTO: La Caseta Feria Popular – Carrera 38

LOCALIZACION: Carrera 38 entre calles 10 A y 11

FACTOR	Implantación Urbanística
VARIABLES	
Localización Comercial	
1. Cercanía con centros de comercio y Negocios	<ul style="list-style-type: none"> Se encuentra en el sector de San Andresito de la 38 por lo cual el sitio es un destino comercial plenamente reconocido durante más de 40 años. Es muy fuerte la presencia del comercio de repuestos, radios y accesorios para automóviles.
2. Facilidad de Accesos	<ul style="list-style-type: none"> El sector se localiza entre las calles 6ª, 13ª y la avenida del ferrocarril. Tiene amplias avenidas donde circulan gran cantidad de rutas de transporte lo que representa una accesibilidad relativamente buena al sector. El acceso al proyecto es por la carrera 38 viniendo desde la calle 13, las vías del entorno están muy deterioradas y hace que el tráfico se concentre exclusivamente sobre la 38. El acceso al sector en vehículo particular es complicado porque no se puede parquear y se presenta congestión continua en la carrera 38 por el alto tráfico. El comercio de radios, repuestos y accesorios para automóviles, genera tráfico adicional que invade las vías y los andenes.
3. Calidad del espacio público inmediato	<ul style="list-style-type: none"> La carrera 38 y las calles 10ª, 9ª y 8ª, se ven invadidas por vendedores ambulantes, que en su mayoría venden los mismos productos de los centros comerciales, como ropa, discos y tenis. La circulación peatonal no es continua y los andenes y las vías están invadidas por vendedores ambulantes y vehículos estacionados. La calidad del espacio público cercano esta deteriorada por la circulación de vehículos particulares y de transporte público que generan contaminación auditiva y de gases. No existe ningún tipo de amoblamiento o arborización. El sector de la carrera 38 a la 40 esta deteriorado por el uso para bodegas y talleres de grandes camiones.
FACTOR	Diseño Arquitectónico
VARIABLES	
Accesos	
1. Amplitud	<ul style="list-style-type: none"> El proyecto cuenta con numerosas puertas a lo largo de la fachada principal, sin embargo los corredores que dan a estas puertas son estrechos y están invadidos por la exhibición de mercancías. El espacio comercial y los corredores son visibles parcialmente desde la calle porque la exhibición desordenada de mercancías corta las visuales hacia el interior.
2. Integración del acceso con el Espacio Público	<ul style="list-style-type: none"> El acceso al proyecto se hace directamente desde el andén sin ningún tipo de transición entre la calle y los locales. El andén fue mejorado y ampliado por el proyecto. Cuenta con una pequeña arborización pero no tiene amoblamiento. La fachada de la antigua bodega recibió un tratamiento en ladrillo y concreto pintado que mejoro notablemente su aspecto.
Circulación y Espacio Público Interior	
1. Amplitud	<ul style="list-style-type: none"> Los corredores de acceso desde la carrera 38 son estrechos pero se articulan con un corredor transversal interior amplio y cómodo de recorrer. La bodega es amplia y permite visuales lejanas desde el interior.
2. Iluminación	<ul style="list-style-type: none"> La bodega presenta problemas de iluminación. La iluminación natural de la bodega es deficiente ya que se hace principalmente a través de la fachada que tiene vanos muy reducidos y algunas tejas traslúcidas en el techo. La iluminación de la fachada es cortada por la exhibición desordenada de mercancías que se hace a gran altura. El alumbrado artificial con tubos de neón no es adecuado y no compensa la deficiencia de luz natural. El piso en cemento no ayuda a la difusión correcta de la luz y le confiere un aspecto gris y opaco al espacio.
3. Estética	<ul style="list-style-type: none"> No se ha trabajado en adecuaciones del espacio público interior. El piso no tiene ningún tipo de tratamiento o acabados y el cemento a la vista le resta presentación al espacio comercial. La ausencia de cielo raso y la mala disposición de la iluminación causan un aspecto de deterioro general al espacio. Los módulos en PVC combinados con el piso en cemento y la iluminación deficiente le confieren un aspecto opaco a todo el espacio comercial.

	<ul style="list-style-type: none"> • Se encuentra basura y suciedad en los corredores, generados por los propios vendedores, que no apropian correctamente el espacio. • El espacio público entre las bodegas de la 38 y la 40 tiene un tratamiento agradable en gravilla complementado con amoblamiento y arborización, sin embargo el espacio esta desaprovechado por la falta de relación visual con la carrera 38.
4. Visuales Interiores	<ul style="list-style-type: none"> • Las visuales desde el exterior son cortadas por la invasión de mercancías en los corredores y con mallas a gran altura. • El corredor central interior permite una visual continua y total del espacio comercial. • La bodega de la 40 y el espacio público adecuado entre esta y la 38 no son visibles desde el interior, por lo estrecho de los corredores, en el futuro esta relación mal tratada no permitiría el desarrollo de la bodega de la 40.
Locales Comerciales	
1. Facilidad para la disposición de Productos	<ul style="list-style-type: none"> • Los locales son amplios, pero no permiten una exhibición adecuada de los productos por lo cual es necesario hacer adecuaciones adicionales como mallas, vitrinas o postes para colgar. • Los módulos en PVC confieren un aspecto opaco al espacio comercial • El módulo tiene gavetas para guardar la mercancía evitando el traslado continuo de las mismas y facilitando el almacenamiento.
Servicios Complementarios	
1. Baños	<ul style="list-style-type: none"> • Existen varias baterías de baños, no son fáciles de ubicar y la señalización es deficiente. • Se encuentran en buen estado los cerramientos y los muebles sanitarios. • No tienen iluminación natural directa. • Los baños están abiertos al público en general y prestan un servicio eficiente.
2. Zonas de Comidas	<ul style="list-style-type: none"> • Se localizan en la parte intermedia del centro comercial y tienen módulos con adecuaciones especiales para cocinas, barras de comidas y plazoleta de mesas fijas para la atención del público en general. • El diseño de las cocinas y espacios de preparación para esta función es un acierto que aporta calidad espacial y funcional a los servicios del centro comercial y no deteriora el espacio público o los módulos comerciales cercanos.
3. Posibilidad de Parqueo	<ul style="list-style-type: none"> • Una parte de la bodega tiene un parqueadero en el segundo piso, pero este no funciona con el centro comercial. • El proyecto tiene bahías de parqueo externas pero estas son explotadas por personas ajenas al proyecto. • El alto tráfico del sector hace muy complicado el acceso vehicular.

PROYECTO: Centro Comercial Social Restrepo
LOCALIZACION: Calle 13 Sur, entre carreras 19 y 21

FACTOR	Implantación Urbanística
VARIABLES	
Localización Comercial	
1. Cercanía con centros de comercio y Negocios	<ul style="list-style-type: none"> Se encuentra entre los barrios Restrepo y Luna Park, alejado del centro comercial del Luna Park Por su aislamiento esta en un sector de bajo reconocimiento comercial.
2. Facilidad de Accesos	<ul style="list-style-type: none"> Los principales accesos del sector se encuentran sobre la avenida Primero de Mayo, la calle 11 sur y la avenida 24. El barrio Restrepo presenta problemas de congestión por el alto tráfico vehicular, la invasión de vías y andenes para estacionamientos y deficiente semaforización. El acceso al proyecto es por la calle 13 y la avenida 24. Sobre estas transitan varias rutas de transporte público que suponen una buena accesibilidad. El acceso al sector en vehículo particular es fácil, pues se puede evitar el paso por el centro del barrio Restrepo.
3. Calidad del espacio público inmediato	<ul style="list-style-type: none"> El proyecto se asienta sobre la ronda del río Fucha, que se encuentra contaminado y no presenta adecuaciones o manejo ambiental y espacial para integrar este espacio natural al entorno del sector. Los andenes son suficientes para el flujo peatonal del sector. No presentan obstáculos o graves deterioros. No existe ningún tipo de amoblamiento o arborización. El cruce de vías sobre el puente del río no permite la circulación peatonal continua. El transporte público no ha deteriorado en forma notoria el espacio de la calle 13 y la avenida 24.
FACTOR	Diseño Arquitectónico
VARIABLES	
Accesos	
1. Amplitud	<ul style="list-style-type: none"> El proyecto es abierto hacia el espacio público, cuenta con varios accesos a lo largo de la fachada principal que facilitan el ingreso del público.
2. Integración del acceso con el Espacio Público	<ul style="list-style-type: none"> Los accesos están precedidos por pequeños espacios de transición tipo plazoletas o jardines generando un espacio público integrado al proyecto de aceptable calidad, regulando las circulaciones peatonales y haciendo atractivo el acceso. El andén fue mejorado y ampliado por el proyecto. Cuenta con un tratamiento de prado pero no tiene amoblamiento.
Circulación y Espacio Público Interior	
1. Amplitud	<ul style="list-style-type: none"> Los corredores son muy estrechos dificultando la circulación. Los corredores interiores no generan visuales hacia el espacio público.
2. Iluminación	<ul style="list-style-type: none"> Los espacios de transición están iluminados naturalmente por las aberturas de la fachada. La iluminación natural de los corredores es deficiente, éstos no presentan salidas directas hacia la fachada.
3. Estética	<ul style="list-style-type: none"> El deterioro del cielo raso y la mala disposición de la iluminación afectan notablemente el espacio de circulación. Los módulos en vidrio disminuyen el efecto de estrechez. Los espacios de transición no presentan amoblamiento que complemente su función.
4. Visuales Interiores	<ul style="list-style-type: none"> Las visuales desde y hacia el exterior son cortadas por la disposición de los corredores.
Locales Comerciales	
1. Facilidad para la disposición de Productos	<ul style="list-style-type: none"> Los locales son estrechos y algunos con formas irregulares. Los módulos en vidrio permiten una exhibición adecuada de los productos.
Servicios Complementarios	
1. Baños	<ul style="list-style-type: none"> Existen varias baterías de baños, bien localizadas y con señalización adecuada. Los cerramientos y los muebles sanitarios se encuentran en buen estado Tienen iluminación natural directa. Los baños están abiertos al público en general y prestan un servicio eficiente.
2. Zonas Comidas	<ul style="list-style-type: none"> No existen espacios o módulos con adecuaciones especiales para cocinas o servicios de cafetería. No existen barras de comidas o espacios para mesas. La falta de espacios adecuados para esta función no permite complementar la actividad comercial.
3. Posibilidad de Parqueo	<ul style="list-style-type: none"> El centro comercial posee un amplio parqueadero que es un gran apoyo al espacio comercial y le confiere ventajas comparativas en el sector del Restrepo.

PROYECTO: La Galería de las Flores
LOCALIZACIÓN: Avenida Caracas – Calle 26

FACTOR	Implantación Urbanística
VARIABLES	
Localización Comercial	
1. Cercanía con centros de comercio y Negocios	<ul style="list-style-type: none"> Se encuentra cerca del cementerio central que es el que sustenta su actividad. La avenida Caracas no presenta grandes desarrollo comerciales en este punto, por el contrario, se encuentra algunas edificaciones abandonadas. La actividad universitaria desarrollada sobre la carrera 13 no alcanza a tener efectos sobre este sector de la Caracas.
2. Facilidad de Accesos	<ul style="list-style-type: none"> El acceso al proyecto se puede hacer es por la avenida Caracas y de forma indirecta por la avenida 26. La entrada del Transmilenio representa alta accesibilidad al sector. Existe dificultad para acceder en vehículo particular desde la parte oriental del centro, dado que los cruces sobre la Avenida Caracas son restringidos. El proyecto se encuentra aislado del centro internacional por los puentes de la Av. 26. Los accesos peatonales se ven restringidos por la dificultad de cruzar la Av. 26 y la Caracas.
3. Calidad del espacio público inmediato	<ul style="list-style-type: none"> El proyecto Transmilenio mejora la calidad espacial de la vía reduciendo los impactos de contaminación auditiva y de gases. El sector del cementerio y los barrios aledaños se encuentran deprimidos, y presentan altos niveles de inseguridad. No existe amoblamiento pero sí arborización a lo largo de la Av. Caracas.
FACTOR	Diseño Arquitectónico
VARIABLES	
Accesos	
1. Amplitud	<ul style="list-style-type: none"> El proyecto se integra al espacio público como un parque, por lo cual es totalmente abierto a los recorridos.
2. Integración del acceso con el Espacio Público	<ul style="list-style-type: none"> La integración del proyecto con el espacio público en forma de parque permite total visibilidad del espacio interior, brindan la sensación de seguridad y otorgan a un espacio privado el carácter de espacio público.
Circulación y Espacio Público Interior	
1. Amplitud	<ul style="list-style-type: none"> El parque tiene circulaciones amplias y espacios abiertos como jardines o prados.
2. Iluminación	<ul style="list-style-type: none"> La iluminación es natural por el carácter abierto del proyecto. Los módulos tienen iluminación propia
3. Estética	<ul style="list-style-type: none"> El carácter de parque y el tratamiento del piso y los módulos en cerámica se complementan con la exhibición de las flores, generando un espacio agradable. La falta de amoblamientos interiores como bancas le restan funcionalidad al proyecto. Los vendedores de flores arrojan al espacio los desechos deteriorando la calidad y la presentación del mismo.
4. Visuales Interiores	<ul style="list-style-type: none"> Todo el espacio comercial es visible desde la calle por su carácter abierto, lo cual genera igualdad de condiciones para todos los locales, motivando el acceso y la permanencia.
Locales Comerciales	
1. Facilidad para la disposición de Productos	<ul style="list-style-type: none"> Los locales son muy amplios y adecuados al tipo de producto. La exhibición de los productos es de carácter externo y complementa la presentación del espacio.
Servicios Complementarios	
1. Baños	<ul style="list-style-type: none"> Los baños se localizan entre los módulos y su presentación no afecta el espacio público del proyecto. Se encuentran en buen estado. Los baños no están abiertos de forma permanente al público, haciendo deficiente el servicio.
2. Zonas de Comidas	<ul style="list-style-type: none"> No posee espacios especiales para esta función, sin embargo varios módulos tienen ventas de comestibles que invaden las circulaciones con mesas y sillas.
3. Posibilidad de Parqueo	<ul style="list-style-type: none"> El proyecto presenta adecuaciones para parqueaderos en bahías sobre la carrera 15.

PROYECTO: Parque de las Flores
LOCALIZACION: Avenida Caracas – Calle 68

FACTOR	Implantación Urbanística
VARIABLES	
Localización Comercial	
1. Cercanía con centros de comercio y Negocios	<ul style="list-style-type: none"> Se encuentra en el sector de la avenida Chile, centro de negocios de gran importancia y alto reconocimiento en la ciudad La avenida Caracas presenta grandes desarrollo comerciales en este punto, y esta rodeada de proyectos de oficinas.
2. Facilidad de Accesos	<ul style="list-style-type: none"> El acceso al proyecto se puede hacer por la avenida Caracas y la carrera 13. La entrada en funcionamiento del Transmilenio representa alta accesibilidad al sector.
3. Calidad del espacio público inmediato	<ul style="list-style-type: none"> El proyecto Transmilenio mejoro la calidad espacial de la vía reduciendo los impactos de contaminación auditiva y de gases. El sector cuenta con andenes amplios que permiten la continuidad de la circulación peatonal. No existe amoblamiento pero si arborización a lo largo de la Av. Caracas y en el mismo parque.
FACTOR	Diseño Arquitectónico
VARIABLES	
Accesos	
1. Amplitud	<ul style="list-style-type: none"> El proyecto se integra al espacio público como un parque, por lo cual es totalmente abierto a los recorridos.
2. Integración del acceso con el Espacio Público	<ul style="list-style-type: none"> La integración del proyecto, con el espacio público, en forma de parque permite total visibilidad del espacio interior y brinda la sensación de seguridad y le otorga, a un espacio privado, el carácter de espacio público.
Circulación y Espacio Público Interior	
1. Amplitud	<ul style="list-style-type: none"> El parque tiene circulaciones amplias y espacios abiertos como jardines o prados.
2. Iluminación	<ul style="list-style-type: none"> Por el carácter abierto del proyecto la iluminación es natural. Los módulos tienen iluminación propia
3. Estética	<ul style="list-style-type: none"> El carácter de parque y el tratamiento del piso y los módulos en cerámica se complementan con la exhibición de las flores generando un espacio agradable para la ciudad.
4. Visuales Interiores	<ul style="list-style-type: none"> Todo el espacio comercial es visible desde la calle por su carácter abierto lo que proporciona igualdad de condiciones para todos los locales, motivando el acceso y la permanencia.
Locales Comerciales	
1. Facilidad para la disposición de Productos	<ul style="list-style-type: none"> Los locales son muy amplios y adecuados al tipo de producto. La exhibición de los productos es de carácter externo y complementa la presentación del espacio.
Servicios Complementarios	
1. Baños	<ul style="list-style-type: none"> Los baños se localizan entre los módulos y su presentación no afecta el espacio público del proyecto. Se encuentran en buen estado. Los baños no están abiertos de forma permanente al público haciendo deficiente el servicio.
2. Zonas de Comidas	<ul style="list-style-type: none"> No posee espacios especiales para esta función, sin embargo varios módulos tienen ventas de comestibles que invaden las circulaciones con mesas y sillas.
3. Posibilidad de Parqueo	<ul style="list-style-type: none"> El proyecto tiene bahías aisladas para parqueaderos sobre la carrera 13 y la calle 67.

PROYECTO: Centro Comercial Supercentro 61

LOCALIZACION: Calle 61, No. 13 - 10

FACTOR	Implantación urbanística
VARIABLES	
Localización comercial	
1. Cercanía con centros de comercio y negocios	<ul style="list-style-type: none"> Se encuentra en el sector de Chapinero que es un sector de alto reconocimiento comercial, especialmente la carrera 13. Sobre la carrera 13 se encuentran varios centros comerciales y almacenes de cadena reconocidos como Acuarium, Chapicentro, Pague menos y ONLY.
2. Facilidad de accesos	<ul style="list-style-type: none"> Los principales accesos del sector se hacen por la avenida Caracas y la carrera 13. Las antiguas rutas que circulaban por la Caracas han pasado a la carrera 13 por lo cual el sector de Chapinero entre la 53 y la 63 presenta problemas de congestión por el alto tránsito de rutas de transporte público. El proyecto de Transmilenio y las numerosas rutas que circulan por la carrera 13 suponen una buena accesibilidad. El acceso al sector en vehículo particular es difícil, por el alto tráfico vehicular y la dificultad de encontrar parqueaderos.
3. Calidad del espacio público inmediato	<ul style="list-style-type: none"> Los andenes de la carrera 13 han sido ampliados y mejorados en su tratamiento a nivel de materiales y continuidad, además se está adecuando una ciclorruta sobre ellos. Se está implementando amoblamiento y arborización. El transporte público ha deteriorado en forma notoria el espacio de la carrera 13, produciendo contaminación auditiva y de gases. Existe cantidad de vendedores ambulantes sobre la carrera 13.
FACTOR	Diseño arquitectónico
VARIABLES	
Accesos	
1. Amplitud	<ul style="list-style-type: none"> El proyecto es cerrado hacia el espacio público, cuenta con varios accesos a lo largo de la fachada principal, pero éstos no son adecuados por su estrechez. Las escaleras para ingresar al sótano o al tercer piso son estrechas, tienen pasos elevados y no cuentan con barandas adecuadas, además de descargar directamente sobre el espacio del andén, sin ningún tipo de transición que haga cómoda la circulación.
2. Integración del acceso con el espacio público	<ul style="list-style-type: none"> Los accesos no cuentan con espacios de transición que los integren de forma adecuada al espacio público, corredores y escaleras descargan directamente al andén.
Circulación y espacio público interior	
1. Amplitud	<ul style="list-style-type: none"> Los corredores son muy estrechos, no cumplen con las normas mínimas para establecimientos comerciales, dificultando la circulación. Los corredores interiores no generan visuales hacia el espacio público. Los corredores presentan obstáculos como columnas y mercancías que invaden el espacio de circulación. Las escaleras son estrechas e inseguras.
2. Iluminación	<ul style="list-style-type: none"> Los espacios interiores no pueden ser iluminados desde la fachada puesto que los corredores son estrechos y las columnas y mercancías no permiten el paso de la luz. El sótano no cuenta con iluminación natural.
3. Estética	<ul style="list-style-type: none"> El deterioro del cielo raso, el piso, la mala disposición de la iluminación y la variedad de materiales de los módulos afectan la presentación del centro comercial. La estrechez de los corredores y los obstáculos que cortan las visuales, crean sensación de inseguridad y hacen poco atractivo el espacio comercial. Los pisos 2 y 3 se encuentran en estado de grave deterioro y abandono.
4. Visuales Interiores	<ul style="list-style-type: none"> Las visuales desde y hacia el exterior son cortadas por la disposición de los corredores. Las visuales internas son cortadas por la exhibición de mercancías y columnas en el espacio del corredor.
Locales comerciales	
1. Facilidad para la disposición de productos	<ul style="list-style-type: none"> Hay exceso de locales, por lo cual son estrechos e inadecuados. La mayoría de los locales no tienen espacio para el vendedor, que tiene que ubicarse directamente en el espacio común. Muchos locales han sido unidos para obtener un espacio aceptable de exhibición y bodegaje. La diversidad de materiales de los módulos genera diferentes calidades que van desde locales en vidrio muy bien tratados, hasta locales en madera completamente abandonados.
Servicios complementarios	

1. Baños	<ul style="list-style-type: none"> • Existe una batería de baños, que tiene que ser usada por hombres y mujeres. • El espacio es muy estrecho e incómodo para circular. • Se encuentran en buen estado los cerramientos y los muebles sanitarios. • No tienen iluminación natural directa. • Los baño están abiertos al público pero su carácter mixto afecta su funcionamiento.
2. Zonas de Comidas	<ul style="list-style-type: none"> • No existen espacios o módulos con adecuaciones especiales para cocinas o servicios de cafetería. • No existen barras de comidas o espacios para mesas. • La falta de espacios adecuados para esta función no permite complementar la actividad comercial.
3. Posibilidad de parqueo	<ul style="list-style-type: none"> • El centro comercial no posee parqueaderos, incumpliendo la norma comercial del sector. • Es insuficiente el espacio de la calle 61 para esta función, además no es posible sobre la carrera 13.

PROYECTO: Quirigua**LOCALIZACION: Calle 81 No. 92 - 53 (compra de inmueble)**

FACTOR	Implantación urbanística
VARIABLES	
Localización comercial	
1. Cercanía con centros de comercio y negocios	<ul style="list-style-type: none"> • Se encuentra en el sector aledaño al centro comercial del barrio Quirigua, en la transversal 92, esta tiene grandes desarrollos comerciales y goza de alto reconocimiento comercial en la localidad de Engativá y en el sector de la Calle 80 en la ciudad. • Existen sitios que generan atracción de público como Cafam. • El sector ha sufrido transformaciones de usos residenciales hacia usos comerciales, alterando las viviendas originales para adecuar los pisos uno y dos como locales.
2. Facilidad de acceso	<ul style="list-style-type: none"> • Al sector se accede desde la calle 80 y la transversal 92 principalmente. • La calle 80 cuenta con el servicio de transmilenio y la transversal 92 concentra numerosas rutas que vienen de la avenida 68 y Alamos y que pasan hacia Suba, lo que supone un nivel alto de accesibilidad. • El acceso al sector en vehículo particular es muy complicado en horas pico, puesto que la malla vial es residencial y con bocacalles que solo permiten circular por las principales. • No existen zonas de parqueo para el comercio, por lo cual han sido invadidas las zonas residenciales.
3. Calidad del espacio público inmediato	<ul style="list-style-type: none"> • Los andenes fueron ampliados y cuentan con algunos amoblamientos y arborización. • Los andenes y las vías son invadidas por vehículos estacionados. • La calidad del espacio público cercano está deteriorada por la circulación de vehículos de transporte público y particular que generan contaminación auditiva y de gases. • La circulación peatonal es peligrosa por el continuo flujo vehicular. • Los andenes del sector están totalmente invadidos por vendedores ambulantes, algunos de estos invaden las vías.

PROYECTO: Rotonda Barrios Unidos
LOCALIZACION: Calle 72 No. 56 – 75 (compra de inmueble)

FACTOR	Implantación urbanística
VARIABLES	
Localización comercial	
1. Cercanía con centros de comercio y negocios	<ul style="list-style-type: none"> • Se encuentra en la intersección de las avenidas 72 y 68 que son muy comerciales, sin embargo en este punto no tienen grandes desarrollos comerciales y no goza de reconocimiento dentro de la ciudad. • El sitio no es adecuado para esta actividad. • El paradero debajo del puente de la 72 sobre la 68, es el único atractor de público en el lugar.
2. Facilidad de acceso	<ul style="list-style-type: none"> • Al sector se puede acceder desde las avenidas 68 y 72 principalmente. • Por estar en la intersección de tres avenidas existe gran cantidad de rutas de transporte público que suponen una buena accesibilidad. • El acceso al sector en vehículo particular es muy complicado en horas pico, puesto que las avenidas 68 y 72 son muy congestionadas y están saturadas por el transporte público y autos particulares.
3. Calidad del espacio público inmediato	<ul style="list-style-type: none"> • Los andenes son estrechos y están deteriorados. • Los andenes y las vías son invadidas por vehículos estacionados. • El espacio público no presenta ningún tipo de amoblamiento o arborización. • La calidad del espacio público cercano está deteriorada por la circulación de vehículos de transporte público y particular que generan contaminación auditiva y de gases. • La circulación peatonal es peligrosa por el continuo flujo vehicular.

PROYECTO: Centro Comercial Caravana
LOCALIZACION: Calle 12 No. 9 - 66

FACTOR	Implantación Urbanística
VARIABLES	
Localización Comercial	
1. Cercanía con centros de comercio y Negocios	<ul style="list-style-type: none"> Se encuentra localizado en el I sector de san Victorino, uno de los centros de comercio e intercambio más importantes de la ciudad Presenta una ubicación muy conveniente para el tipo de comercio que se desarrolla en el proyecto.
2. Facilidad de Accesos	<ul style="list-style-type: none"> Se localiza a media cuadra de la carrera 10ª donde circulan gran cantidad de rutas de transporte. Tiene una accesibilidad relativamente buena, aun cuando la vía sea muy congestionada. El acceso al sector en vehiculo particular es un poco complicado puesto que no se puede parquear y los sentidos de acceso obligarían a transitar por la carrera 10ª.
3. Presencia de Ventas Ambulantes y Estacionarias	<ul style="list-style-type: none"> La calle 12 se ve invadida por vendedores ambulantes, que en su mayoría, son loteros. Algunos de los beneficiarios del proyecto tienen que seguir invadiendo el espacio público, entre otras cosas, porque la gente no entra a comprar a los sótanos del centro comercial. La carrera 7ª y la avenida Jiménez presentan altos índices de ocupación del espacio público por parte de las ventas ambulantes.
Implantación Arquitectónica	
1. Calidad del espacio público Inmediato	<ul style="list-style-type: none"> La calidad del espacio público cercano esta deteriorada por la circulación de vehiculos de transporte Los andenes del sector se han ampliado para mejorar la circulación peatonal Las ventas ambulantes de la calle 12 generan olores molestos y basuras sobre andenes y vías.
2. Relación de los accesos del proyecto con el sector	<ul style="list-style-type: none"> El proyecto solo presenta una posibilidad de acceso ubicada sobre la calle 12. Por su cercanía con la carrera 10ª esta bien localizado
FACTOR	Diseño Arquitectónico
VARIABLES	
Accesos	
1. Amplitud	<ul style="list-style-type: none"> El proyecto presenta deficiencia en los accesos, solo dos corredores salen hacia la calle, Los corredores son estrechos y están invadidos por la exhibición de mercancías El acceso al sótano solo se puede hacer por una escalera que esta ocupada por vendedores ambulantes.
2. Integración del acceso con el Espacio Público	<ul style="list-style-type: none"> En general el acceso al proyecto no se integra de manera adecuada con el espacio público No existen rampas o facilidades para discapacitados La escalera del sótano no integra adecuadamente este nivel con el espacio público por lo cual la gente no accede a éste.
Circulación y Espacio Público Interior	
1. Amplitud	<ul style="list-style-type: none"> Los corredores interiores son estrechos y están invadidos por las mercancías de los locales generando incomodidades sobre el tránsito de las personas Las escaleras son amplias, sin embargo, la estructura es identificada por los usuarios como insegura motivo por el cual son poco utilizadas por las personas.
2. Iluminación	<ul style="list-style-type: none"> La iluminación natural de los corredores es deficiente y existen tramos donde no es posible iluminar con ventanas o claraboyas La iluminación artificial se hace con lamparas de Neón que, en su mayoría, no funcionan, además, el cableado y la estructura esta totalmente a la vista sin ningún tratamiento luminico o de cielo raso. La anterior situación genera un espacio inseguro y poco atractivo para los usuarios deteriorando seriamente la calidad espacial del proyecto.
3. Estética	<ul style="list-style-type: none"> Los corredores no presentan manejo de cielos rasos e iluminación. Los materiales del piso se encuentran desgastados y sucios y en general contribuyen a la oscuridad sobre el espacio. El cerramiento de los locales con rejas metálicas afecta el aspecto de presentación interior. La escalera interior esta muy bien iluminada por una luz cenital natural. Sin embargo, el tratamiento de la estructura metálica a la vista le confiere un aspecto inseguro. El piso en caucho es inadecuado para un espacio comercial de esta naturaleza
4. Visuales Interiores	<ul style="list-style-type: none"> Los locales del sótano, segundo y tercer piso, no son visibles desde la calle o desde los espacios interiores, Esto los desvaloriza y los hace poco comerciales. A ello se debe en

	gran parte el grado de desocupación de estos niveles, lo que a su vez esta generando pérdidas de espacio y aprovechamiento del inmueble.
Locales Comerciales	
1. Facilidad para la disposición de Productos	<ul style="list-style-type: none"> • Los locales son estrechos y no permiten una fácil acomodación de la mercancía. • La exposición de los productos es deficiente puesto que las vitrinas se encuentran a niveles por debajo del horizonte visual. • Los locales no han sido diseñados pensando en los productos que se van a exponer.
Servicios Complementarios	
1. Baños	<ul style="list-style-type: none"> • Los baños se encuentran en estado de deterioro • Sus puertas se encuentran oxidadas • No tienen iluminación natural • Por su ubicación no son fácilmente localizables para los usuarios • El servicio de estos no es permanente, por lo cual el servicio es deficiente y de baja calidad.
2. Zonas de Comidas	<ul style="list-style-type: none"> • Se localizan en el vacío de las escaleras y en el tercer piso • En general, no ofrecen condiciones adecuadas para la atención de los clientes por la falta de espacio para mesas o barras amplias • El comedor del tercer piso no es atractivo y esta muy escondido • Varias cocinas no tienen servicio de agua y están inutilizadas.
3. Posibilidad de Parqueo	<ul style="list-style-type: none"> • No cuenta con parqueaderos y la calle 12 no puede ser usada para este fin, por este motivo es muy difícil acercarse al proyecto en auto particular.



El **CID** es la Unidad Académico Administrativa de Investigación y Extensión de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional, sede Bogotá.

La función principal del **CID** es realizar actividades de investigación y extensión (asesorías, consultorías, educación continuada, etc.) siguiendo las pautas del Acuerdo 004 de 2001 expedido por el Consejo Superior Universitario.

Visión Consolidar su liderazgo a escala regional y nacional y lograr su posicionamiento en la investigación, asesoría y consultoría de los grandes problemas económicos, sociales, ambientales, financieros y de gestión de las organizaciones públicas y privadas, mediante la formulación de lineamientos generales de política, y el diseño y formulación de programas y proyectos.

Misión El CID tiene como misión analizar, producir y socializar conocimientos de las ciencias sociales, económicas y empresariales, que respondan a los retos de la sociedad colombiana, así como a sus problemas regionales, nacionales e internacionales.

Grupos de investigación

- Grupo de economía internacional, GREI
- Grupo de política pública y calidad de vida
- Grupo de seguridad social
- Observatorio de Coyuntura Socioeconómica
- Observatorio de Energía

Página web: currie.fce.unal.edu.co