

Play Bench: *Diseño de Banca Pública Lúdica y de Descanso que Integra a Familias en Plaza San Miguel*

Andrea Lara, Gabriela Revatta, Nicole Guzmán, Ricardo Geldres, César Vicente, Juan Montalván

Diseño Industrial, Pontificia Universidad Católica del Perú.

Resumen

Plaza San Miguel es el primer centro comercial construido en el Perú, inaugurado en 1976, en la actualidad sigue siendo un importante punto social en la ciudad, cuya afluencia supera los 12 millones de personas cada año. Este se caracteriza por acoger a familias con niños y niñas quienes emplean el espacio como destino de consumo y ocio, los padres de familia suelen sentarse a descansar en las bancas disponibles, pero los niños usualmente desean seguir jugando, por lo que corren alejándose de sus padres o guardianes. Este es un problema a resolver para mantener la seguridad de los niños y una relación de confianza y comodidad entre el espacio y los padres de familia. Se revisaron propuestas de mobiliario lúdico elaboradas para parques en países extranjeros, sin embargo, éstas no podrían ser replicadas en Plaza San Miguel pues ninguna está acorde con el contexto y necesidades del centro comercial. Play Bench busca ser una banca pública de descanso para adultos y un elemento lúdico con el cual los niños/as puedan interactuar y desenvolverse, sin tener que alejarse de sus familias. Se realizó un estudio etnográfico y un diseño participativo con familias para identificar las necesidades de los padres y los principales elementos con los que los niños interactúan en el momento de recreación. Finalmente, se realizó un estudio de validación el cual corroboró la pertinencia de la propuesta y su correcta inserción en el centro comercial.

Palabras clave: Banca pública, diseño lúdico, integración familiar, mobiliario urbano, diseño para niños y niñas

Introducción

Los espacios públicos alrededor del mundo han cambiado a partir de la evolución de los modelos económicos, trayendo como consecuencia una creciente aparición de calles comerciales convertidas en centros comerciales (Memluk, 2013). Estos han logrado cambiar la relación entre los civiles y los espacios públicos, así como han contribuido a la construcción de culturas urbanas propias de cada locación (Capron & Sabatier, 2007). Los malls constituyen los principales centros de ocio y esparcimiento en las sociedades latinoamericanas (Capron & Sabatier, 2007). En Lima Metropolitana, el 66% de los peruanos asiste a centros comerciales (Arellano Marketing, 2012), pues estos representan un espacio tanto de comercio, como los mercados, como de ocio y esparcimiento, como las tradicionales Plazas de Armas (Arellano Marketing, 2014).

Plaza San Miguel es considerado el primer centro comercial en ser inaugurado en Lima Metropolitana en 1976. Este se encuentra en el distrito de San Miguel, y su concurrencia y popularidad ha variado según sus distintas etapas (RPP Noticias, 2009). Un estudio realizado en el 2017 sobre los centros comerciales preferidos de los limeños, sitúa a Plaza San Miguel en el

cuarto lugar con una afluencia superior a 12 millones (El Comercio, 2017). Los Centros Comerciales ya no se enfocan únicamente en ofrecer puntos de venta, si no en la experiencia, el entretenimiento como factores decisivos en la preferencia de los usuarios (El Comercio, 2017). El público en cada mall de Lima Metropolitana varía según el distrito de locación (Arellano marketing, 2014), por lo que los hábitos y percepciones varían según sus contextos socioculturales (Gärling, Ibáñez Gracia, Jodelet, Teymur, & Valera, 1996). Sin embargo, Plaza San Miguel no ha ejecutado ninguna evaluación acerca de los hábitos de su público objetivo con la finalidad de ofrecer nuevas dinámicas de interacción entre sus usuarios mediante el mobiliario público propuesto. El conjunto de mobiliario existente en él (Figura 1), principalmente las bancas, han sido implementadas mediante elementos prediseñados que no han sido pensados específicamente para su contexto físico y cultural.

Este centro comercial cuenta con una gran afluencia de familias con niños pequeños, las cuales no cuentan con un espacio de esparcimiento adecuado tanto para los padres como para los niños. Esta disociación entre los hábitos y necesidades de las personas y el mobiliario ofrecido por el centro comercial impide que las personas logren apropiarse del espacio de manera que se sientan totalmente conformes con su estancia en él (Gärling et al., 1996). Mediante un análisis realizado por la ESAN en el 2009, se evaluó mediante el modelo FODA a Plaza San Miguel, donde se puso en evidencia cómo la poca iniciativa innovadora podría conllevar al centro comercial a perder su público en frente de los nuevos centros comerciales (Regalado et al., 2009). Como consecuencia de ello, la concurrencia de sus visitantes no es constante y con el paso del tiempo han perdido asistentes, quienes ante la alta oferta de malls en Lima, han dejado de lado a Plaza San Miguel y optan por visitar aquellos más alejados a sus viviendas y/o los nuevos centros comerciales con nuevas propuestas innovadoras (El Comercio, 2017).

Antecedentes

Para comprender mejor la influencia del mobiliario público en la aceptación de los espacios públicos, es necesario definir el concepto de espacio público a través de los distintos conceptos formulados por teóricos. Éste será desarrollado tomando en cuenta el concepto de mobiliario urbano y de apropiación del espacio público.

Espacio Público

Los espacios públicos son importantes pues guardan una relación recíproca con las rutinas de las sociedades, así como con su reputación e identidad (Cybriwsky, 1999). Éstos funcionan como catalizadores sociales, en donde se puede ver una identidad social unificada a través de la gran variedad asistentes que acuden por razones distintas y realizan actividades distintas (Memluk, 2013). En esta coexistencia física de diferentes clases socioeconómicas, antecedentes culturales, edades, sexos y grupos, se pueden ver reflejados los valores de la comunidad (Westphal, 2013). Los centros comerciales también son parte del conjunto de espacios públicos de las ciudades, y éstos contribuyen a la construcción de culturas urbanas. Capron y Sabatier describen a los malls como espacios donde personas de diferentes clases sociales comparte experiencias (Capron & Sabatier, 2007).

Mobiliario Público

La definición de mobiliario urbano pueden ser sintetizada en un objeto de uso público encontrado en espacios públicos que brinda al público algún servicio y/o bienestar (Westphal, 2013). En su desarrollo, es necesario contemplar tanto aspectos de funcionalidad, racionalidad y emotividad (Rebollos, 2004)(Westphal, 2013). Además, el mobiliario urbano contribuye a la definición de espacios, tanto desde su diseño como desde su localización, y es éste quien da carácter a las ciudades y espacios para ser reconocidos y diferenciados del resto (Westphal, 2013). El mobiliario urbano es capaz de reflejar las características culturales de un entorno mediante un objeto, por lo que es considerado un embajador de la identidad y cultura (Rebollos, 2004). Es por ello, que el mobiliario urbano no debe incorporarse, sino, debe lograr integrarse en el espacio (Rebollos, 2004).

Apropiación del Espacio Público

La apropiación del espacio está referida a la necesidad de las personas de transformar los objetos y espacios que lo rodean de tal manera que lo sientan como propios (del Real, Tomico, Pons, & Lloveras, 2006). Los modos de apropiación se ven reflejados en los usos y percepciones de los objetos por parte de las personas, los cuales varían según el contexto sociocultural y sus antecedentes (Gärling et al., 1996), por lo que éstos deben ser considerados al proyectar el mobiliario destinado a espacios públicos. Westphal plantea una relación entre la forma y el contexto, es decir, entre el mobiliario y el espacio público. Ella propone que el mobiliario responderá a interpretaciones y necesidades específicas de los usuarios de su contexto, las cuales surgirán posteriormente a su instalación (Westphal, 2013).

Estado del Arte

Modular Parklet - Londres

Esta propuesta fue diseñada por el colectivo WMB Studio mediante la primicia de ejecutar una propuesta para la ciudad de Londres en la que se logre generar un mobiliario integrado con elementos de la naturaleza que logre ocupar el espacio físico de dos estacionamientos (Tucker, 2015). Esta propuesta fue realizada con intenciones de que pueda ser reproducida y adaptada a distintas áreas de Londres, sin embargo, no se busca que ésta sea instalada en otras ciudades, pues el diseño de la misma cuenta con una carga de identidad y cultura que únicamente se relaciona con la misma ciudad.

Why Sit When You Play?

Esta propuesta fue desarrollada en 2015 por Urban Conga con la finalidad de implementar una interacción lúdica en el ambiente urbano de Tampa, Estados Unidos, específicamente para el Centro David A. Straz Jr. Este proyecto integra un xilófono con una banca urbana para motivar a los transeúntes, tanto niños como adultos, a interactuar con ella y entre ellos.

Después de haber revisado el estado del arte del mobiliario público y haber comprendido el marco teórico de la investigación, resulta evidente que cada una de las propuestas previas han respondido a necesidades y contextos físico y socioculturales distintos a los que pueden encontrarse en el centro comercial Plaza San Miguel. Esta investigación busca desarrollar una propuesta de mobiliario con una mayor aproximación a la identidad sociocultural presente en dicho espacio. Play Bench busca generar nuevas dinámicas de interacción familiar que se

integren con los hábitos, costumbres y necesidades tanto de los padres de familia como de los hijos, de manera que puedan adoptar al centro comercial como parte de un espacio de preferencia y la afluencia del público incrementa.



Figura 1. Bancas actuales de Plaza San Miguel (Izquierda). Modular Parklet (Centro). Why Sit You Can Play? (Derecha).

(Figuras recuperada de: Fuente propia, <https://www.dezeen.com/2015/11/28/portable-parklet-wmb-studio-greenery-bench-london-park/> y <http://www.theurbanconga.com/projects>).

Diseño del Estudio

Esta investigación contó un estudio etnográfico, un diseño participativo y dos estudios de validación.

Estudio Etnográfico

Este estudio fue realizado con el objetivo de poder tener una aproximación más completa y cercana sobre las dinámicas de interacción en el centro comercial de Plaza San Miguel. Se programaron tres sesiones llevadas a cabo en tres distintos ambientes del centro comercial: Plaza central (primer piso), la entrada peatonal principal (primer piso) y en la sección de comidas, “Plaza a la carta (segundo piso). La finalidad durante estas sesiones fue la de observar los comportamientos y necesidades de los clientes, así como la interacción que tenían con las actuales bancas, observar los problemas, carencias y los aspectos positivos que estas presentaban. El estudio se realizó el día jueves 23 de agosto entre las 3:30 pm y las 6:50 pm situándose en los respectivos ambientes y observando a un total de 12 personas sin ningún otro material de registro que notas y fotos, con el objetivo de que las personas observadas no se sientan observadas y su comportamiento sea lo más natural posible.

Diseño Participativo

Este estudio consistió en una dinámica cooperativa entre los diseñadores y los futuros usuarios, donde ambas partes aportaron simultáneamente a la formulación de ideas. Debido a que dicho estudio fue ejecutado después haber tenido una propuesta formal concreta, el estudio tuvo como objetivos los de definir aspectos funcionales, estéticos y socioculturales en base a ella. Los participantes fueron tres familias que se encontraron en el C.C Plaza San Miguel, cuyos hijos tenían entre 5 y 11 años, pues a esa edad se puede lograr un aporte más conciso por parte de ellos. Fue realizado en la “Plaza Central” del centro comercial el domingo 14 de octubre de 2018, debido a ser este el día de la semana con mayor afluencia de familias. Asimismo, los roles del equipo se dividieron en dos: interactuar con los participantes y transcribir la información a escrito, pues no se pudo tomar registro de vídeo.

Cada sesión inició con una presentación del proyecto y el desarrollo fue dividido en dos segmentos con objetivos diferentes. La primera parte consistió en un “Juego de muñecos”, donde

se utilizó una maqueta de la propuesta y muñecos de madera en escala 1:5. El objetivo fue definir aspectos funcionales en conjunto, mediante las posturas que los usuarios adoptarían en la banca y cómo se interactúa con y a través de ella. Posteriormente, dos actividades fueron planificadas: “Fast prototyping” y “Sketching”, de las cuales la primera de ellas tuvo que ser descartada debido a que el espacio del estudio no brindaba las posibilidades para su desarrollo debido al excesivo flujo de personas. La segunda actividad sí fue realizada, la cual consistió en hacer uso de hojas en blanco A4 y plumones para desarrollar en conjunto con los participantes los cambios en los aspectos formales para la propuesta, ya sea su morfología, color y concepciones estéticas.

Estudio de Validación

El objetivo del estudio fue validar aspectos funcionales, formales y socioculturales de Play Bench. Se realizaron dos estudios: uno mediante la impresión de un modelo tridimensional de la propuesta y otro con el prototipo a escala real. Nuevamente, el público objetivo fueron tres familias con hijos cuyas edades fueron entre 5 – 11 años. El primer estudio se realizó el 18 de noviembre de 2018 en el mismo centro comercial con participantes reclutados el mismo día. La sesión con cada familia tuvo una duración de 10 minutos, los cuales estuvieron divididos en dos etapas: dibujo y diálogo. En la primera de ellas, se les pidió realicen dibujos sobre cómo harían uso de las bancas sobre una impresión de la propuesta tridimensional (ver figura 3) con el fin de validar la funcionalidad de la banca. Posterior a ello se dialogó con los participantes sobre sus opiniones sobre la banca, los aspectos que les gustaban y aquellos que preferirían cambiar.

El segundo estudio fue realizado en el campus de la Pontificia Universidad Católica del Perú, debido a que ahí se encontraba el prototipo a escala. Los participantes fueron dos familias con niños, la primera de ellas un padre con un hijo de 5 años, y la segunda, una señora con dos nietas de 8 y 11 años. El estudio se dio a cabo el 30 de noviembre de 2018 en sesiones diferentes por familia. Las sesiones consistieron en primero dejar interactuar a las personas naturalmente con la banca durante 10 minutos, seguido por una conversación sobre los aspectos emocionales y socioambientales en la misma banca. Las configuraciones físicas variaron con cada familia (Figura 8), pues en la implementación de las bancas en el centro comercial éstas podrían ser dispuestas de distintas maneras según el espacio donde vayan a ser ubicadas. El registro de información se realizó mediante fotografías a la interacción y grabaciones de voz a las opiniones de los participantes.

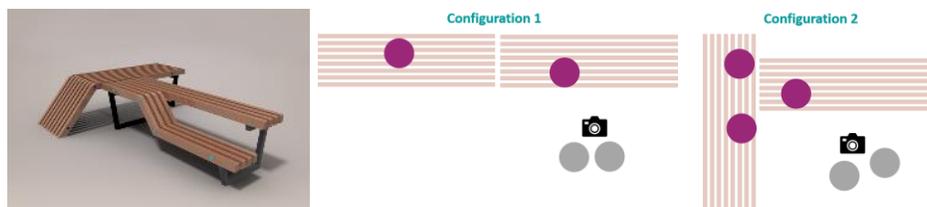


Figura 2. Modelado digital de la propuesta (izquierda) y distribución espacial del diseño participativo con el prototipo a escala (derecha).

(Fuente: Propia)

Resultados y Discusión

El estudio etnográfico fue la base para la conceptualización del producto. A través de él se pudo detallar la problemática que se quería tratar: la ausencia de un espacio que logre integrar a la familia completa de manera lúdica y funcional acorde con los hábitos de las personas del centro

comercial. Posteriormente, el estudio participativo tuvo la función de una primera validación y rediseño, pues a través de él se pudo obtener un primer comentario sobre la propuesta formal inicial (Figura 9) y en conjunto con los futuros usuarios definir la propuesta de Play Bench. Los resultados fueron categorizados según cada objetivo planteado: funcional, emocional y social y pudieron concluir con la definición de una segunda propuesta formal (Figura 10) cuyas decisiones de diseño se explicarán a continuación.

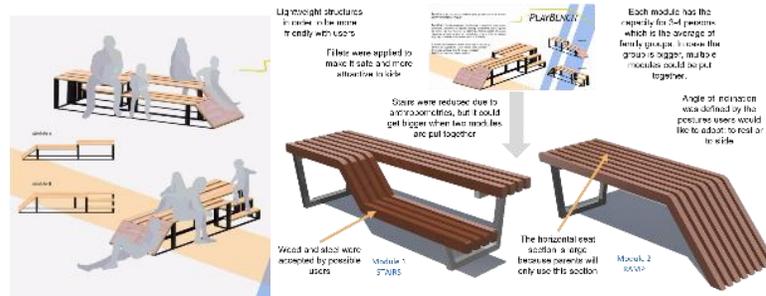


Figura 3. Primera propuesta de Play Bench (Izquierda) y desarrollo de después del diseño participativo (Derecha).
(Fuente: Camila Arana)

Sobre los aspectos formales estéticos, los resultados del estudio participativo evidenciaron que las formas de la primera propuesta eran muy rígidas, poco placenteras y no lograban concretar el aspecto lúdico que se requería (Figura 9), pues la mayoría de los participantes sugerían agregar colores o cambiar los materiales. Como consecuencia de ello, se optó por generar una estructura con menor peso visual para evitar la sensación de dureza y la de utilizar listones de madera más delgados y próximos entre sí para generar una superficie más cubierta y con intersecciones redondeadas. En los siguientes estudios de validación se pudo comprobar que las formas eran placenteras y transmitían seguridad a los padres, incluso en el estudio con el prototipo a escala, fue mencionado que la banca era percibida como un elemento flotante en el espacio pues las estructuras pasaban desapercibidas.

En el aspecto funcional, mediante el desarrollo del “juego de muñecos” en el estudio participativo se identificaron tres elementos que deberían estar presentes: rampa, escalera y superficie horizontal, como consecuencia de las posturas que debería permitir la banca para interactuar. Entorno a ello se desarrollaron dos módulos más pequeños que en la primera propuesta para generar distintos espacios según cómo éstos se dispongan (ver figura 4). Las posturas difirieron entre los hijos y los padres. Por un lado, los niños más pequeños optaron por querer jugar con la banca y principalmente hacer uso de resbaladeras (Figura 5), caso contrario, las escaleras fueron intervenidas por los padres, quienes buscaban observar a sus hijos durante el juego respectivamente (Figura 6). Este hecho volvió a ocurrir en el estudio de validación mediante el dibujo, donde los niños se dibujaron en la rampa (Figura 5) y la señalaron como su espacio preferido de juego, mientras que los padres optaron por dibujarse en el módulo de las escaleras y en el asiento horizontal (Figura 6).

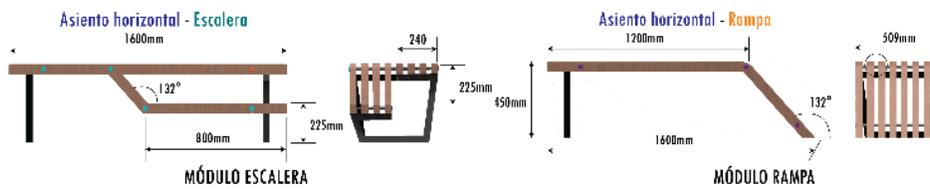


Figura 4. Dimensiones de los módulos (rampa y escalera)

(Fuente: Propia)

El primer estudio de validación permitió a través del dibujo validar el uso lúdico de las rampas, pero fue recién en el segundo estudio de validación, que se pudo observar cómo los niños interactuaban con la rampa, no utilizándose como deslizador, pues el ángulo de inclinación no permitía que sea utilizada como un tal. A diferencia de ello, los niños le dieron otros usos a la rampa, como el de trepar, apoyarse en ella o deslizarse, pero no en postura sentada (Figura 18).



Figura 5. Módulo rampa (de izquierda a derecha) en diseño participativo, primero estudio de validación e interacción real de los niños.

(Fuente: Propia)

Un elemento presente desde el estudio de diseño participativo como requerimiento de descanso para los padres fue la implementación de respaldos, más no fue tomado como un aspecto relevante. La primera propuesta conceptual no incluía este elemento, pues podría implicar una limitación en la interacción lúdica que se quería generar. Posteriormente, ambos estudios de validación revelaron que los padres tendían a buscar posturas donde pudieran respaldarse al situarse en la escalera (Figura 6). Debido a que el respaldo fue una constante entre las necesidades y expectativas de los usuarios padres de familia, esta implicancia debe ser considerada en el rediseño de la propuesta para una mejor adaptación. Ante ello, se planteó una solución esquemática al incrementar las posibilidades de apoyo dorsal mediante las variaciones en las alturas de los elementos. Dicha solución sólo requeriría hacer un cambio en las dimensiones de las patas, por lo que los elementos de madera podrían ser los mismos empleados para la propuesta actual (Figura 7). Sin embargo, este aspecto aún debería ser revisado con mayor detenimiento y con posteriores estudios ergonómicos y de validación.



Figura 6. Módulo escalera (de izquierda a derecha) en diseño participativo, primer estudio de validación e interacción real de los padres.

(Fuente: Propia)

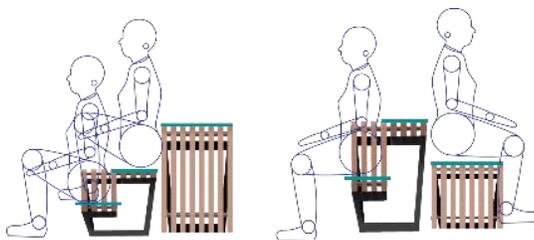


Figura 7. Solución esquemática ante la necesidad de un respaldo
(Fuente: Propia)

Por otro lado, el segundo estudio de validación permitió descubrir nuevas posibilidades de interacción de la banca, pues a diferencia del primero, donde la usabilidad fue validada mediante dibujos sobre hojas impresas, la usabilidad fue más natural y real. Se pudo reclutar información sobre los usos no predichos por las investigadoras, pero siempre con fines lúdicos e interactivos (Figura 8), así como observar que la disposición de los módulos en el espacio también influía en la interacción (Figura 8). Esto puso en evidencia la diferencia de resultados según los estímulos en los estudios, entendiendo que existen dinámicas, como el uso real con el prototipo escala, que pueden aproximarse a resultados más fiables, más igual están condicionadas por otros aspectos externos, como la locación, que pueden influenciar el uso.



Figura 8. Nuevos usos encontrados en el estudio de validación con el prototipo a escala.
(Fuente: Propia)

Esta variable del tipo de dinámica en el estudio de validación también influyó en el aspecto emocional, donde se evaluaron dos aspectos: seguridad y estética. El primer estudio reflejó que a nivel formal Play Bench no cumplía con transmitir seguridad a los padres para permitir que sus hijos jueguen en Play Bench. Sin embargo, este resultado fue contradicho en el segundo estudio de validación, donde a diferencia del primero, la interacción de los usuarios con la propuesta fue de un uso real a escala y no mediante una imagen. Ambos padres de familia que utilizaron la banca no tuvieron inconvenientes con dejar que sus hijos interactúen libremente con ella, incluso opinaron que la madera la asociaban a los juegos de los parques.

En la dimensión socioambiental, el concepto de desarrollar espacio adecuado para la interacción de toda la familia fue bien recibido desde el estudio participativo. En conjunto con las familias se pudo predecir las dinámicas de utilización familiar que se darían: los adultos descansando y los niños jugando (Figura 9). Posteriormente, en el estudio de validación se corroboró que efectivamente toda la familia podría hacer uso de la banca y que ésta se adapta a los hábitos y necesidades; incluso, una familia dibujó sobre la impresión los objetos que suelen cargar: coche para bebe y maletines (Figura 9). Por último, el último estudio de validación pudo verificar con mayor precisión la dimensión socioambiental, pues los participantes concluyeron después de su uso real, (Figura 9) que les gustaría que las bancas fueran dispuestas en Plaza San Miguel, pues

ningún otro centro comercial cuenta con una propuesta similar que permita a las familias tener un momento grato adaptándose a las expectativas de todos los miembros de la familia, lo cual generaría que las personas visitarán el local con mayor frecuencia.



Figura 9. Dinámicas familiares de Play Bench (de izquierda a derecha, de arriba hacia abajo) en diseño participativo, primer estudio de validación e interacción real de familias.

(Fuente: Propia)

Conclusiones

Plaza San Miguel es un centro comercial con gran afluencia de familias con niños pequeños y no cuenta con un mobiliario adecuado que abarque tanto las necesidades de descanso de los padres como la de juego de los hijos. Se revisaron antecedentes de mobiliarios lúdicos instalados en países extranjeros, más ninguno de ellos cumplía con integrar ambas necesidades, además de presentar lenguajes formales ajenos a los del centro comercial, lo cual dificultaría su integración en los hábitos de las personas. A través de un estudio etnográfico se pudo ver la interacción entre los usuarios y las actuales bancas, así como los problemas y carencias que presentaban. Al ser un ambiente con mucho público, esto presenta un riesgo para los niños, pues no siempre pueden estar a la vista de sus padres. Esto ayudó a poder tener un concepto claro de generar un mobiliario lúdico y seguro en el que los niños puedan jugar cerca de la vigilancia y el descanso de sus padres.

Se realizó un estudio de diseño participativo con clientes de Plaza San Miguel con el objetivo de ver cómo la primera propuesta formal era acogida por el público, logrando como resultado cambios morfológicos presentes en la propuesta actual de Play Bench. El lenguaje formal de la banca cambió a un carácter más lúdico y confiable para los padres. Los elementos planteados inicialmente se mantuvieron, los cuales fueron la rampa, las escaleras y el espacio horizontal, sin embargo, éstos fueron agrupados en dos módulos y redimensionados a partir del estudio ergonómico y las dimensiones del centro comercial. Con la segunda propuesta se realizaron los dos estudios de validación. Mediante estos se pudo validar la utilización de la rampa con fines lúdicos y la postura recta que optan los adultos en las bancas. Asimismo, se hizo más evidente la falta de consideración que se tuvo en relación con el respaldo para los padres, quienes requieren de este elemento para descansar. Esto volvió a abrir una etapa de rediseño, en el que serán considerados respaldos que puedan funcionar en paralelo como elementos lúdicos para los niños.

Por otro lado, la seguridad proyectada de la propuesta fue contradicha en los dos estudios de validación, pues el primer estudio mostró una desconfianza por parte de los padres, mientras que el segundo estudio obtuvo resultados favorables. Se concluyó que Play Bench sí genera confianza en los padres y que ésta fue puesta en duda en la ausencia del prototipo a escala. Finalmente, Los tres elementos que constituyen Play Bench cumplieron el principal objetivo de la investigación: crear un espacio idóneo para la interacción de los padres e hijos en relación a los hábitos y costumbres de asistentes al centro comercial, lo cual pudo ser validado mediante ambos estudios de validación. Esto traerá consigo una mayor satisfacción por parte de la audiencia, logrando generar beneficios para Plaza San Miguel.

Limitaciones y Trabajo a Futuro

Los resultados del segundo estudio de validación no pueden ser corroborados en su totalidad, pues éste no fue realizado en el mismo centro comercial, si no en un campus universitario. Además, la variedad de tipo de personas que asiste al centro comercial es muy amplia, por lo que no se puede asegurar cómo Play Bench se adaptará a estos diversos usos. Dicha información queda como objetivos de futuros estudios de validación, así como la implementación de los respaldos. Por otro lado, el doble estudio de validación que se realizó puso en evidencia la influencia del tipo de estímulo en los resultados obtenidos, lo cual deja pendiente futuras investigaciones sobre las variables que influyen en el diseño de estímulos de los estudios y de qué manera éstas deben ser tomadas en cuenta para interpretar la información obtenida.

Bibliografía

1. Arellano marketing. (2014). Clientes de Estilos de Vida Moderno y Sofisticado marcan la tendencia en malls - Arellano Marketing. Retrieved October 4, 2018, from <https://www.arellanomarketing.com/inicio/el-cliente-moderno-y-sofisticado-marca-hoy-la-tendencia-en-los-malls/>
2. Arellano Marketing. (2012). "El 66% de peruanos asisten a centros comerciales" - Arellano Marketing. Retrieved October 4, 2018, from <https://www.arellanomarketing.com/inicio/el-66-de-peruanos-asisten-a-centros-comerciales/>
3. Arellano Marketing. (2014). Los centros comerciales - Arellano Marketing. Retrieved October 4, 2018, from <https://www.arellanomarketing.com/inicio/los-centros-comerciales/>
4. Capron, G., & Sabatier, B. (2007). Identidades urbanas y culturas públicas en la globalización. Centros comerciales paisajísticos en Río de Janeiro y México. *Alteridades*, 17(33), 87–97. Retrieved from <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=74712772008>
5. Cybriwsky, R. (1999). Changing patterns of urban public space: Observations and assessments from the Tokyo and New York metropolitan areas. *Cities*, 16(4), 223–231. [https://doi.org/10.1016/S0264-2751\(99\)00021-9](https://doi.org/10.1016/S0264-2751(99)00021-9)
6. del Real, P., Tomico, O., Pons, L., & Lloveras, J. (2006). Designing Urban Furniture Through User's Appropriation Experience: Teaching Social Interaction Design. In *DS 38: Proceedings of E&DPE 2006, the 8th International Conference on Engineering and Product Design Education, Salzburg, Austria, 07.-08.09. 2006*.
7. El Comercio. (2017, October 2). Estos son los 'malls' preferidos por los consumidores en Lima | Foto 7 de 7 | El Comercio | Economía | Día 1 | El Comercio Perú. Retrieved from

<https://elcomercio.pe/economia/dia-1/malls-caza-engreidos-consumidor-noticia-462345?foto=7>

8. Gärling, T., Ibáñez Gracia, T., Jodelet, D., Teymur, N., & Valera, S. (1996). *Cognición, representación y apropiación del espacio*. Edicions de la Universitat de Barcelona.
9. Memluk, M. Z. (2013). Designing urban squares. In *Advances in Landscape Architecture*. InTech.
10. Rebollos, M. F. (2004). Mobiliario urbano: un elemento diferenciador en las ciudades. *QEJ. Bricojardineria & Paisajismo: Revista Profesional de Distribución En Horticultura Ornamental y Jardineria*, (125), 10–16.
11. Regalado, O., Fuentes, C., Aguirre, G., García, N., Miu, R., & Vallejo, R. (2009). Factores críticos de éxito en los centros comerciales de Lima Metropolitana y el Callao.
12. RPP Noticias. (2009, October 14). Centro Comercial Plaza San Miguel cumple 33 años | RPP Noticias. *RPP Noticias*. Retrieved from <https://rpp.pe/economia/negocios/centro-comercial-plaza-san-miguel-cumple-33-anos-noticia-215586>
13. Tucker, E. (2015, November). Parklet by WMB Studio adds greenery to London's streets. Retrieved from <https://www.dezeen.com/2015/11/28/portable-parklet-wmb-studio-greenery-bench-london-park/>
14. Westphal, P. del R. (2013). El mobiliario urbano como objeto de uso público: implicaciones para su diseño. *Trilogía*, 25(35), 29–49. Retrieved from <http://ezproxy.unal.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=a9h&AN=89635752&lang=es&site=eds-live>