



UNIVERSIDAD UTE

FACULTAD DE ARQUITECTURA Y URBANISMO

CARRERA DE ARQUITECTURA

TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE ARQUITECTO

**DISEÑO ARQUITECTÓNICO DE UN MERCADO
GASTRONÓMICO UBICADO EN EL DISTRITO SAN
MARTÍ EN LA LLACUNA DE POBLENOU DE LA
CIUDA DE BARCELONA, ESPAÑA.**

AUTOR: TRAVEZ CALVACHI MARÍA FERNANDA

DIRECTOR: ARQ. JÁCOME TERAN WILIAM PATRICIO

QUITO, MARZO, 2020

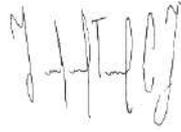
FORMULARIO DE REGISTRO BIBLIOGRAFICO

DATOS DE CONTACTO	
CÉDULA DE IDENTIDAD:	0550288138
APELLIDO Y NOMBRES:	Travez Calvachi María Fernanda
DIRECCIÓN:	Granados y Hiedras
EMAIL:	mafer_t@outlook.com
TELÉFONO FIJO:	
TELÉFONO MOVIL:	0998222324

DATOS DE LA OBRA	
TITULO:	DISEÑO ARQUITECTÓNICO DE UN MERCADO GASTRONÓMICO UBICADO EN EL DISTRITO SAN MARTÍ EN LA LLACUNA DEL POBLENOU DE LA CIUDAD DE BARCELONA, ESPAÑA
AUTOR O AUTORES:	Travez Calvachi María Fernanda
FECHA DE ENTREGA DEL PROYECTO DE TITULACIÓN:	
DIRECTOR DEL PROYECTO DE TITULACIÓN:	Arq. William Patricio Jacome Teran Msc.
PROGRAMA	PREGRADO <input checked="" type="checkbox"/> POSGRADO <input type="checkbox"/>
TITULO POR EL QUE OPTA:	Arquitecto
RESUMEN: Mínimo 250 palabras	<p>Después de analizar el barrio de la Llacuna del Poblenou es evidente que existe un déficit de espacios relacionados al comercio y la integración cultural. El usuario es el principal afectado por esta deficiencia ya que no posee un espacio para interactuar en su tiempo de descanso que es limitado.</p> <p>El propósito de realizar el diseño de un mercado gastronómico es brindar al barrio un elemento integrador entre las diferentes etnias-culturales, a través de espacios confortables y funcionales que proporcionen vida al barrio que tienen un gran potencial turístico.</p>

	<p>La metodología de investigación se basa en un análisis previo de conceptos, referentes, normativa, diagnóstico del área de intervención y finalmente el desarrollo del diseño arquitectónico de un mercado gastronómico con sus respectivos planos arquitectónicos e ingenieras que responde a la inconformidad del usuario</p>
<p>PALABRAS CLAVES:</p>	<p>Patios internos, espacios flexibles, recorrido urbano, espacio público.</p>
<p>ABSTRACT:</p>	<p>After analyzing the Llacuna del Poblenou neighborhood, it is evident that there is a deficit of spaces related to commerce and cultural integration. The user is the main affected by this deficiency since he does not have a space to interact in his limited rest time. The purpose of designing the gastronomic market is to provide the neighborhood with an integrating element between the different cultural-ethnic groups, through comfortable and functional spaces that provide life to the neighborhood that have great tourist potential. The research methodology is based on a prior analysis of concepts, references, regulations, diagnosis of the intervention area and finally the development of the architectural design of a gastronomic market with its respective architectural and engineering plans that responds to the user's disagreement.</p>
<p>KEYWORDS</p>	<p>Inner courtyards, flexible spaces, urban route, public space.</p>

Se autoriza la publicación de este Proyecto de Titulación en el Repositorio Digital de la Institución.



f: _____

TRAVEZ CALVACHI MARÍA FERNANDA

0550288138

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **TRAVEZ CALVACHI MARÍA FERNANDA**, CI 0550288138 autor/a del proyecto titulado: **Diseño arquitectónico de un mercado gastronómico ubicado en el distrito San Martí en la Llacuna del Poblenu de la ciudad de Barcelona, España**, previo a la obtención del título de **ARQUITECTO** en la Universidad UTE.

1. Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las Instituciones de Educación Superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de graduación para que sea integrado al Sistema Nacional de información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.
2. Autorizo a la BIBLIOTECA de la Universidad UTE a tener una copia del referido trabajo de graduación con el propósito de generar un Repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Quito, 15 de mayo del 2020.



f: _____

TRAVEZ CALVACHI MARÍA FERNANDA

0550288138

AUTORÍA

Yo, **TRAVEZ CALVACHI MARÍA FERNANDA**, declaro bajo juramento que el proyecto de grado titulado: **“DISEÑO ARQUITECTÓNICO DE UN MERCADO GASTRONÓMICO UBICADO EN EL DISTRITO SAN MARTÍ EN LA LLACUNA DEL POBLENOU DE LA CIUDA DE BARCELONA, ESPAÑA”**, es de mi propia autoría y no es copia parcial o total de algún otro documento u obra del mismo tema. Asumo la responsabilidad de toda la información que contiene la presente investigación.

Atentamente,



Travez Calvachi María Fernanda

C.I. 0550288138

CERTIFICADO

Por medio de la presente certifico que la Srta. **TRAVEZ CALVACHI MARÍA FERNANDA**, ha realizado y concluido su trabajo de Titulación, titulado: “**DISEÑO ARQUITECTÓNICO DE UN MERCADO GASTRONÓMICO UBICADO EN EL DISTRITO SAN MARTÍ EN LA LLACUNA DEL POBLENOU DE LA CIUDA DE BARCELONA, ESPAÑA**” para la obtención del título de, **ARQUITECTO** de acuerdo con el plan aprobado previamente por el Consejo de Investigación de la Facultad de Arquitectura y Urbanismo.

De igual manera asumo la responsabilidad por los resultados alcanzados en el presente trabajo de titulación.

Atentamente,



ARQ. WÍLLIAM JÁCOME TERÁN MSC.

DIRECTOR TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

RESUMEN

Después de analizar el barrio de la Llacuna del Poblenou es evidente que existe un déficit de espacios relacionados al comercio y la integración cultural. El usuario es el principal afectado por esta deficiencia ya que no posee un espacio para interactuar en su tiempo de descanso que es limitado.

El propósito de realizar el diseño de un mercado gastronómico es brindar al barrio un elemento integrador entre las diferentes etnias-culturales, a través de espacios confortables y funcionales que proporcionen vida al barrio que tienen un gran potencial turístico.

La metodología de investigación se basa en un análisis previo de conceptos, referentes, normativa, diagnóstico del área de intervención y finalmente el desarrollo del diseño arquitectónico de un mercado gastronómico con sus respectivos planos arquitectónicos e ingenieras que responde a la inconformidad del usuario.

INDICE DE CONTENIDOS

TITULO.....	1
ARGUMENTACIÓN.....	1
IMPORTANCIA.....	1
JUSTIFICACIÓN.....	2
PROBLEMA.....	3
OBJETIVOS.....	3
GENERAL.....	3
ESPECÍFICOS.....	3
PROPUESTA METODOLÓGICA.....	3
RESULTADOS ESPERADOS.....	5
FACTIBILIDAD DEL PROYECTO.....	6
FACTIBILIDAD FÍSICO ESPACIAL – MERCADO.....	6
FACTIBILIDAD ECONÓMICA.....	6
FACTIBILIDAD SOCIAL.....	6
CAPITULO I.....	9
MARCO TEÓRICO.....	9
MARCO CONCEPTUAL.....	9
MARCO HISTÓRICO.....	12
MARCO REFERENCIAL.....	13
Referentes Nacionales.....	13

Referentes Internacionales.....	20
ESTRATEGIAS DE DISEÑO, TOMADAS DE LOS REFERENTES PARA EL PROYECTO.....	25
MARCO LEGAL – NORMATIVA.....	27
CONCLUSIONES.	27
CAPÍTULO II	29
ANÁLISIS	29
ANÁLISIS SOCIO – ESPACIAL.....	29
Análisis Demográfico, poblacional.....	29
Análisis Económico y Empleo del Lugar.....	30
Análisis Socio – Cultural.....	33
ANÁLISIS FÍSICO AMBIENTAL.....	35
Ubicación General del Objeto de Estudio.....	35
Definición de Límites y Enclaves.....	35
Análisis del Relieve de la Zona.....	36
Análisis Climático.....	37
ANÁLISIS MACROURBANO.....	39
Análisis Morfotipológico.....	39
Análisis de Uso de Suelo y Equipamientos.....	40
.....	47
Análisis de Relaciones Funcionales de la Zona de Estudio.....	47
ANÁLISIS DEL SITIO.....	48

Ubicación Específica del Área de Estudio.	48
Visuales.	49
Cortes Viales.	50
Perfiles Urbanos	51
Asoleamiento y vientos.....	51
CONCLUSIONES.	52
CAPITULO III	53
PROPUESTA.....	53
URBANO	53
Idea Fuerza – Concepto de Intervención.....	54
Estrategias.....	55
CONCLUSIONES.	65
RECOMENDACIONES.....	65
PRESUPUESTO.....	66
GLOSARIO.....	68
BIBLIOGRAFÍA	69
ANEXOS	72
PLANOS ARQUITECTÓNICOS.....	
Implantación.	1
Planta baja y alta.	2
Secciones.....	3

Planta baja y alta sin mobiliario.	4
PLANOS ESTRUCTURALES.	
Cimentación.....	5
Sistema de losa Bubbledeck.	6
Muros Portantes.	7
Sistema de losa de cubierta.	8
Detalles constructivos.....	9
PLANOS ALCANTARILLADO.....	
Planta Baja de alcantarillado.	10
Tratamiento de aguas servidas.....	11
Cubierta de desague de agua lluvia.	12
Cisterna.	13
Planta baja de agua potable.	14
Calefón eléctrico.	15
PLANOS ELECTRICOS.....	
Planta Baja de Luminarias.....	16
Planta 1 de luminarias.	17
Planta Baja de tomacorrientes.....	18
Planta 1 de tomacorrientes.....	19
Catálogo y renders de iluminación.....	20
PLANOS ILUSTRADOS.....	

Implantación.	21
Planta baja y alta.	22
Secciones.	23

TITULO.

Diseño arquitectónico de un Mercado Gastronómico ubicado en el distrito San Martí en la Llacuna de Poblenou de la ciudad de Barcelona, España.

ARGUMENTACIÓN.

El mercado es un lugar que fusiona vida, tradición y cultura que se encarga de entrelazar la sociedad a través del intercambio. Si no existe esta fusión no hay desarrollo en la sociedad y la vida iría en retroceso.

En la Llacuna del Poblenou existen espacios dedicados a la venta de productos, como mercadillos, que se desarrollan solo unos días a la semana, pero ninguno posee espacios para un intercambio gastronómico de las diferentes etnias-culturas que existe en el barrio.

Al no existir un espacio que fomente la gastronomía que es símbolo distintivo de cada cultura, no existe el intercambio necesario para el desarrollo de la vida, El mercado es un lugar de encuentro con otras culturas, al igual que estimula al desarrollo de actividades tradicionales. Esta problemática no permite que el barrio aproveche el potencial del espacio público al brindar al usuario varias funciones como mejor calidad del entorno, seguridad, el reconocimiento de los barrios aledaños entre otros. Se podría aprovechar que se encuentra en un distrito turístico para el intercambio cultural que se desea obtener de las distintas etnias del mundo y de esta manera se provoque apego por la gastronomía, la tradición y que se convierta en una necesidad humana el estar involucrado con esta fusión.

IMPORTANCIA.

El mercado gastronómico es valioso para los residentes locales y potenciales turistas del distrito San Martí con el fin de satisfacer la necesidad de un espacio donde el desarrollo y el intercambio sea continuo, pero siempre preservando la tradición y cultura de las distintas etnias existentes en el barrio.

Una forma diferente de experimentar el mercado con distintos escenarios para brindar sensaciones en los visitantes y de esta manera captar interés, combinando, tradición y ocio en un mismo espacio que permita redescubrir el gusto por el espacio, fusionando gastronomía y arquitectura en un solo espacio.

El mercado gastronómico puede formar parte de una red de espacios de recreación que entrelace el distrito con los distritos que se encuentran a sus límites que son Ciudad Bella, Ensanche, Gracia y la zona costera, ocasionando que los residentes del sector como de los otros distritos se relacionen provocando el desarrollo de San Martí.

JUSTIFICACIÓN.

Las causas que llevan a proponer la implantación de un Mercado Gastronómico ubicado en la Llacuna del Poblenou, es que, en la actualidad, poseen mercadillos que se realizan en tres plazas del distrito que solo están disponibles unos días a la semana y tampoco abastece en su totalidad con un déficit del 82%. Al no existir ningún mercado gastronómico en el barrio esto provoca inconformidad de las necesidades humanas de los usuarios que permanecen en la Llacuna del Poblenou.

La Falta de un mercado gastronómico es evidente, las actividades culturales, gastronómicas y tradicionales no tienen un espacio para que se fusionen y desarrollen de manera adecuada e interactúen con los diferentes usuarios.

Un espacio que abarque todas estas actividades generaría un cambio a nivel urbano al igual que social ya que a nivel urbano el contexto se llena de actividad y atmosferas que revitalizan y a nivel social eleva el nivel de vida de los residentes de San Martí por medio de diferentes actividades de interacción.

PROBLEMA.

¿Cómo realizar el diseño arquitectónicamente de un Mercado Gastronómico, con carácter de cultural que permita la integración socio-espacial en base a diferentes actividades en la Llacuna del Poblenou?

OBJETIVOS.

GENERAL

Realizar el Diseño Arquitectónico de un Mercado Gastronómico ubicado en el distrito de San Martí en Llacuna del Poblenou de la ciudad de Barcelona, España.

ESPECÍFICOS

- Investigar referentes, antecedentes, conceptos y aspectos teóricos que aporten al diseño de un mercado cultural.
- Establecer estrategias de diseño mediante el análisis del área a implantarse el Mercado Cultural que permita identificar la vulnerabilidad del área y conveniencia que el proyecto aportara a la zona.
- Realizar el diseño arquitectónico del Mercado Cultural que aporte espacios para la relación social, cultural y comercial de los usuarios como también aporte al contexto urbano a través de planos arquitectónicos, estructurales, instalaciones y espacio público que permita identificar las estrategias.

PROPUESTA METODOLÓGICA.

Para el presente trabajo de investigación los métodos serán diversos para abarcar el entendimiento del sector, características y vulnerabilidades del mismo. De esta manera la recopilación de la información será más real y detallada para poder proponer soluciones que aporten de manera beneficiosa al proyecto.

En el primer capítulo a través del análisis histórico-lógico se puede entender la importancia que ha tenido los mercados con el paso del tiempo y como la implantación del proyecto en el distrito San Martí aportara de manera positiva al crecimiento de los residentes y turistas poniendo en práctica las estrategias de los referentes analizados y la normativa que debe ser aplicada.

En el segundo capítulo a través del análisis general del distrito San Martí, se puede determinar los aspectos que puede influir en el proyecto como es el clima, equipamientos existentes, accesibilidad, vialidad y otros factores a nivel macro-urbano, de manera que estos análisis aporten estrategias para el planteamiento del mercado y poder satisfacer las necesidades del sector.

En el tercer capítulo mediante la aplicación de la información recolectada se elabora el plan masa del proyecto, del cual se formula la forma y función de cada espacio a través de grillas, esquemas funcionales, programación y finalizando con el modelo 3D del mercado.

RESULTADOS ESPERADOS.

Se entregará el diseño arquitectónico de un Mercado Cultural en el distrito San Martí para fomentar el crecimiento urbano al igual que el comercial, cultural y tradicional que se relacionen en un mismo espacio brindando diferentes actividades para el desarrollo humano, respetando las características del sector. El cual contendrá los siguientes documentos:

- Informes y Diagnóstico
- Memoria Descriptiva
- Factibilidad del proyecto
- Planos Arquitectónicos
 - Plantas
 - Fachadas
 - Cortes
 - Detalles Constructivos
 - Planta del espacio público del exterior
- Planos de Instalaciones
 - Sanitarios

- Eléctricos
- Renders
- Presupuesto
- Maqueta
 - Objeto Arquitectónico
 - Detalle

FACTIBILIDAD DEL PROYECTO.

FACTIBILIDAD FÍSICO ESPACIAL – MERCADO.

El proyecto posee varios espacios destinados a actividades comerciales, culturales y de recreación los cuales poseen características distintas para que acoger a residentes y turistas con áreas para descansar, comer y sentarse. Se plante espacios permeables con el exterior para transmitir el movimiento de un mercado, pero combinando diferentes funciones para crear nuevas experiencias.

FACTIBILIDAD ECONÓMICA.

La financiación se realizará de la siguiente forma:

- 50% Empresas privadas
- 50% Ayuntamiento de Barcelona

El proyecto necesitara la participación de instituciones públicas y privadas, las cuales aporten al avance del proyecto. Para el Mercado Cultural se necesita tres importantes partes, estas aportaran directamente en el desarrollo del mismo:

- Diseño a cargo de la Facultad de Arquitectura y Urbanismo de la UTE.
- La Población del Distrito San Martí a quien va dirigido el Mercado Cultural.
- El Ayuntamiento de Barcelona.

FACTIBILIDAD SOCIAL

El diseño del Mercado Cultural del Distrito San Martí ayuda en el desarrollo de la calidad de vida de los residentes y turistas brindando diferentes espacios para todas las edades y estratos sociales. La intención del proyecto es generar

un equipamiento que revitalice el contexto urbano a través de la fusión cultural y comercial que se relacionen en distintas actividades para que el usuario tenga un espacio de encuentro dinámico.

CAPITULO I

MARCO TEÓRICO.

MARCO CONCEPTUAL.

Es necesario definir los siguientes conceptos espaciales para el entendimiento general del contexto que se va a realizar en el proyecto.

Mercado Gastronómico:

Flexibilidad espacial: Es la capacidad para adaptarse a diferentes necesidades a lo largo de su vida útil, también se puede entender como una modificación continua del espacio realizada por los usuarios sin modificar su envoltente. (Forqués, 2016)

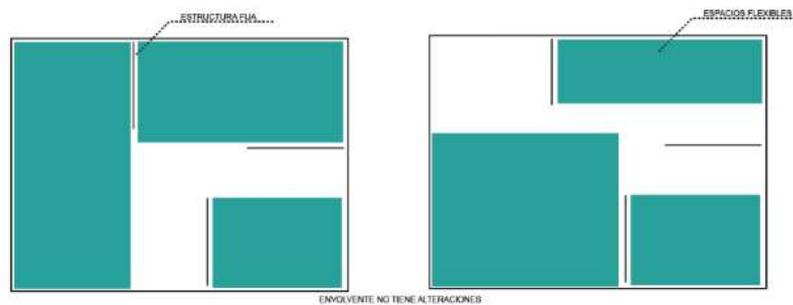


Ilustración: 1 Flexibilidad espacial.

Fuente: María F. Travez

Elaboración: María F. Travez.

Cultura: La cultura es una clase de tejido social que abarca las distintas formas y expresiones de una sociedad determinada. Por lo tanto, las costumbres, las practicas, las maneras de ser, los rituales, los tipos de vestimenta y las normas de comportamiento son aspectos del conjunto de información y habilidades que posee un individuo. (Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, s.f.)

Espacios culturales: Es todo aquel lugar donde se realiza un intercambio, ya sea de un bien, un servicio o una experiencia cultural, dentro de estos espacios los individuos pueden reunirse para compartir sus ideas acerca de ciertas artes propias de un grupo. (Genero, 2014).

Galería: “Es un espacio destinado para la exhibición de obras de arte, un lugar de encuentro para el intercambio cultural”. (Melendo, 2011)

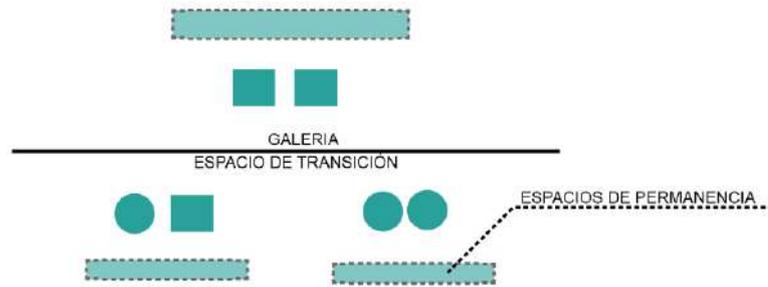


Ilustración: 2 Esquema de Galería

Fuente: María F. Travez

Elaboración: María F. Travez.

Mercado: El mercado, da un valor arquitectónico y urbano, siempre ha sido el punto focal de la ciudad, es un lugar de constante actividad y ayuda a que el comercio de cualquier distrito sea el factor que origine el constante movimiento económico y turístico. (Coronado, 2010)

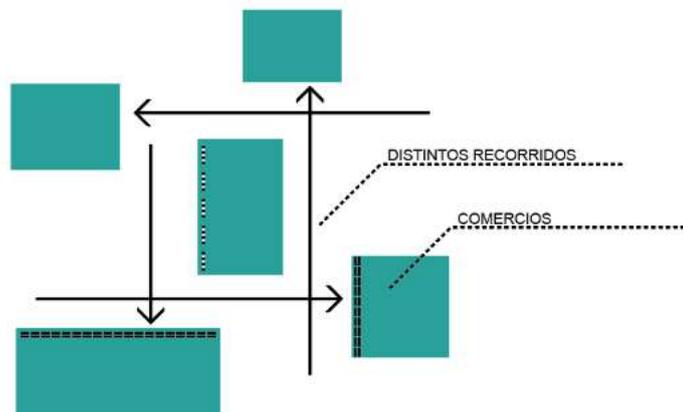


Ilustración: 3 Esquema relación mercado

Fuente: María F. Travez

Elaboración: María F. Travez.

Espacio servido: “Son los espacios que sirven o aquellos que son el motivo por los cuales se construyen”. (hualpa, 2016)

Espacio Servidor: “Son aquellos que complementan la actividad funcional en los espacios servidos”. (hualpa, 2016)

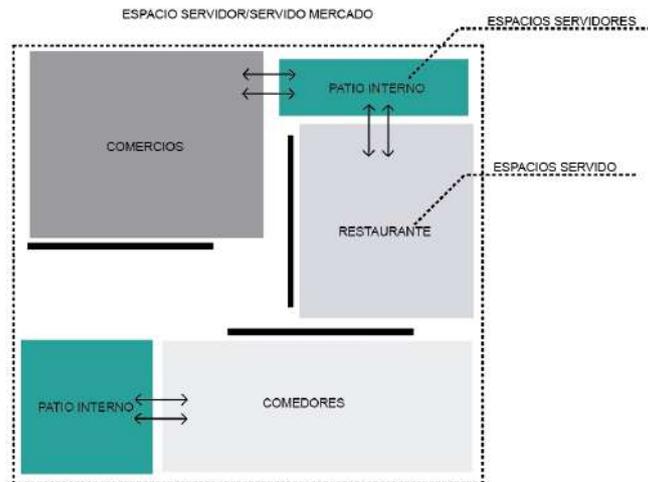


Ilustración: 4 Espacio servidor y servido

Fuente: María F. Travez

Elaboración: María F. Travez.

C

Espacio Permeable: “Aquel espacio que permite que el uso funcional que allí realice sea enriquecido por otras actividades siendo flexible el cambio tanto de mobiliario como de función”. (Espacio arquitectónico, 2018).

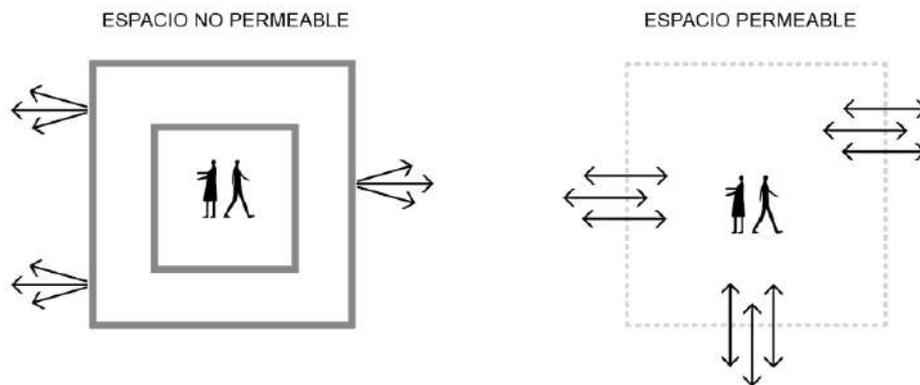


Ilustración: 5 Esquema espacio permeable

Fuente: María F. Travez

Elaboración: María F. Travez.

Espacio Público: “Es un elemento esencial de la estructura de la ciudad, debe ser legible, coherente y tener un significado para poder ser fácilmente comprendido para ser utilizado de manera correcta”. (Bonells, 2016)

Espacio de transición: “Es un no lugar físico o imaginario que funciona como transitorio entre un espacio y otro, con la principal función de conducir al usuario de manera sensorial sin percibir gran cambio” (Blogspot, 2015)

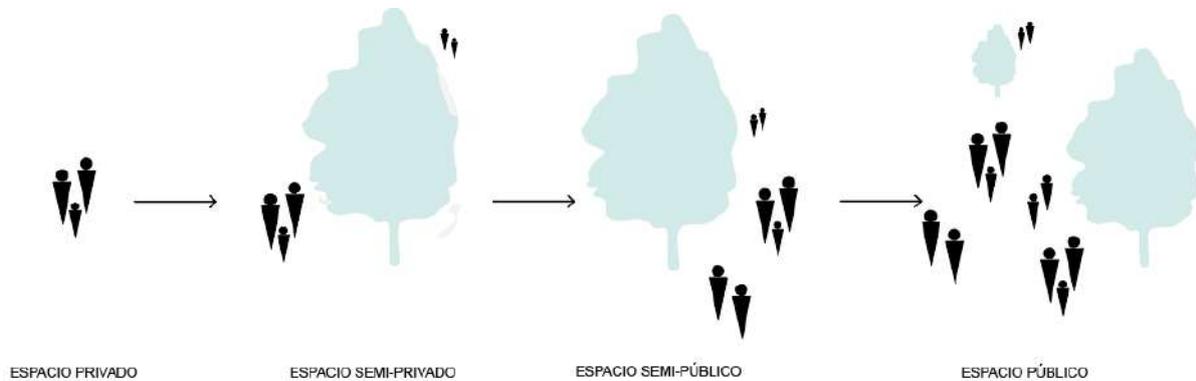


Ilustración: 6 Espacio de Transición
Fuente: María F. Travez
Elaboración: María F. Travez.

Recorrido Arquitectónico: Al hablar de recorrido en arquitectura es un concepto fundamental para generar interés y calidad espacial, es una experiencia estimulante de los sentidos, es una ocupación dinámica que le brinda movimiento al diseño, genera la interacción del ser humano con el espacio. (Paisajismo, pueblos y jardines. 2011).

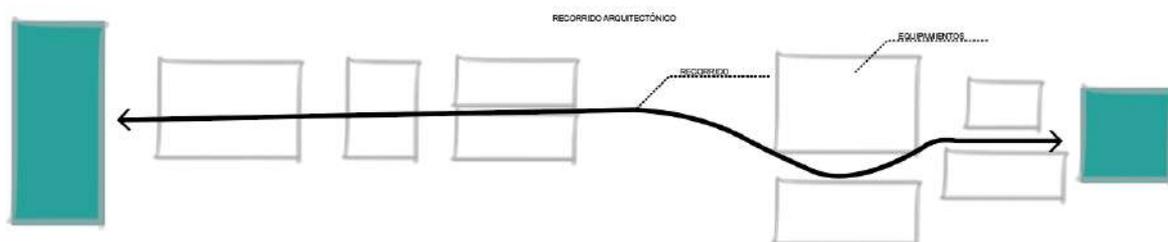


Ilustración: 7 Recorrido arquitectónico
Fuente: María F. Travez
Elaboración: María F. Travez.

MARCO HISTÓRICO.

La aparición formal de los mercados en la ciudad de Barcelona se muestra en el siglo X, existían al aire libre, en construcciones específicamente para desarrollar la actividad comercial. El carácter de la ciudad y su evolución han sido en gran parte a los mercados ya que son lugares que revitalizan el contexto urbano.

El proyecto fue inaugurado en 1884, Obra del Arq. Antonio Rovira i Trias.

En 2005 y 2007 comenzó su remodelación por el Arq. Josep Mias.

Según Mias el “el proyecto ha buscado siempre la integración del barrio, crear un ‘paraguas’ donde la gente pueda encontrarse. Para él el mercado es como una ‘gran sábana que ondea por encima de la plaza’”.

En la remodelación se trata de crear la interrelación entre el mercado y el espacio público y la creación de una pérgola de conexión entre el mercado y la plaza (Ayuntamiento de Barcelona).

Es un proyecto interesante ya que se debía realizar un análisis del lugar para poder establecer las cualidades que el mercado debía poseer, el mercado siempre ha sido un espacio de enlace en el barrio que trata de comunicar la continuidad de la ciudad a través de recorrer los espacios públicos y semipúblicos que posee.

Elementos o Componentes del Proyecto.

El mercado es una obra que trata de combinar elementos lineales y curvos creando una composición que se adapta a su entorno inmediato.

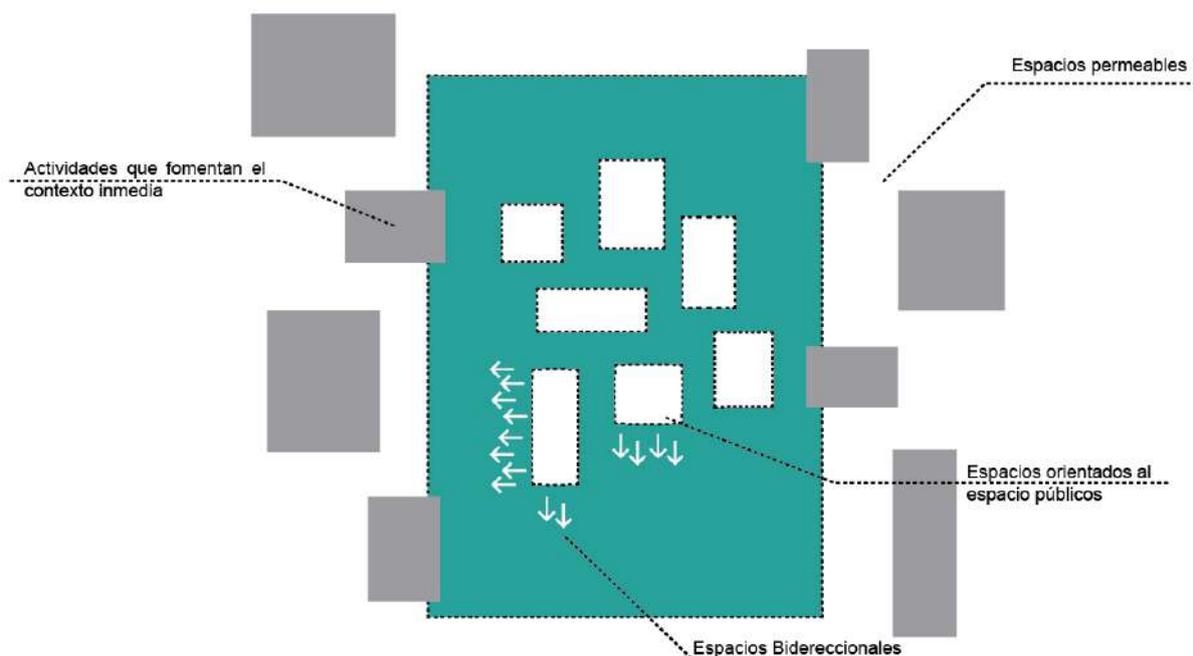


Ilustración: 10 Componentes del Proyecto

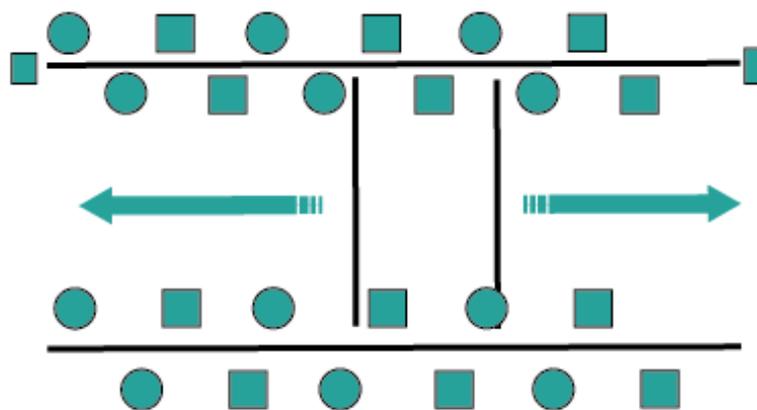
Fuente: María F. Travez

Elaboración: María F. Travez.

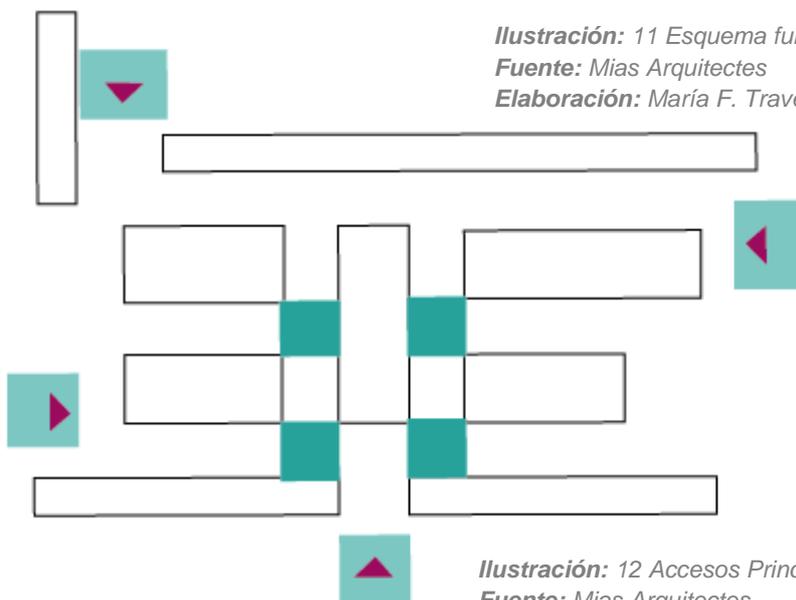
Se observa como el mercado es un símbolo de modernización para el barrio que destaca en un entorno que posee un lenguaje arquitectónico similar al Casco Antiguo con alturas de hasta 7 pisos.

En la distribución de la planta baja se puede observar que tiene combinación entre núcleos, franjas y muros habitados.

Posee una area de 2.310 m² la planta baja, en esta se encuentra 25 tiendas.



*Ilustración: 11 Esquema funcional.
Fuente: Mias Arquitectes
Elaboración: María F. Travez.*

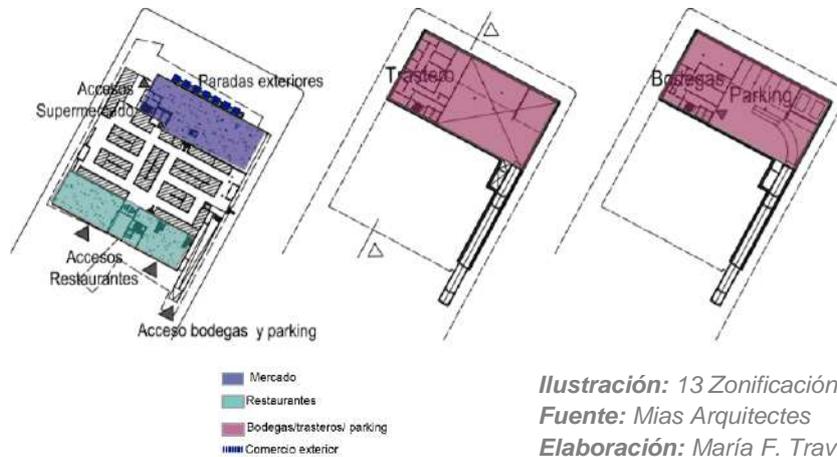


*Ilustración: 12 Accesos Principales
Fuente: Mias Arquitectes
Elaboración: María F. Travez.*

La planta baja tiene una relación directa hacia sus fachadas principales con espacios destinados a complementar los supermercados y restaurantes.

Muestra nuevos espacios para incluir nuevos servicios como factor de captación a la población cotidiana y potenciales turistas

El mercado posee 4 accesos, cada uno en las diferentes fachadas del equipamiento, la fluidez de los espacios permite que el mercado tenga condiciones permeables desde el exterior que son las plazas que lo rodean hasta el interior del mercado.



En planta baja en la fachada norte se encuentra el supermercado Caprabo con un área de 964 m², sobre su fachada sur se encuentran dos restaurantes con un área de 663 m², también cuenta con antillos con un total de 900 m² y en los niveles -1 y -2 con un 40% de la planta del mercado para trasteros, bodegas y parking y 10 paradas externas con comercio cotidiano. (Ayuntamiento de Barcelona)

Estructura.

La estructura metálica propuesta genera los nuevos espacios del mercado, sin tocar el suelo o la estructura original. Entre los dos sistemas constructivos se establece una coreografía formal que acoge salas, restaurantes, un aparcamiento, un servicio de entrega a domicilio. (Barceloneta market, 2015) La nueva estructura se planteó con perfiles armados. Las pletinas formaban un cajón discontinuo y permiten compatibilidad geométrica con la antigua estructura. Esta nueva estructura se superpone a la existente y ayuda a completar los volúmenes del mercado. (Gálvez)

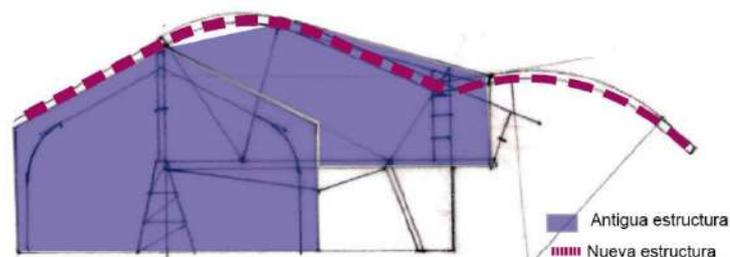


Ilustración: 14 Paneles Solares
Fuente: Mias Arquitectes
Elaboración: María F. Travez.

El mercado presenta paneles solares en la cubierta que producen alrededor del 30% de la energía utilizada. (*Barceloneta market, 2015*) posee 180 placas fotovoltaicas para generar energía solar.



Ilustración: 15 Estructura
Fuente: Mias Arquitectes
Elaboración: María F. Travez.

Utilidad – Espacio

El distrito ciudad bella un barrio marítimo y pescador por la necesidad que tenía, incorporo un mercado en la trama urbana de trazado militar del barrio ya que no son solo espacios para comprar sino espacios para fortalecer las relaciones sociales y culturales, el objetivo de la remodelación del mercado era que la zona ganara vida a través de incorporar zonas de comercio al exterior al igual que incluir restaurantes cerca del mercado de esta manera aumentado la oferta de recreación, ocio y alimentaria.

Función

Con la remodelación del mercado la Barceloneta se cambió la orientación del equipamiento con el fin de poner el mercado en relación directa con los espacios públicos que tenía cerca con la idea de ampliar su actividad hacia los mismos, el programa se adaptó a la construcción ya existente entonces al incorporar oficinas, restaurantes y una escuela de hostelería los espacios debían ser flexibles para lograr esto

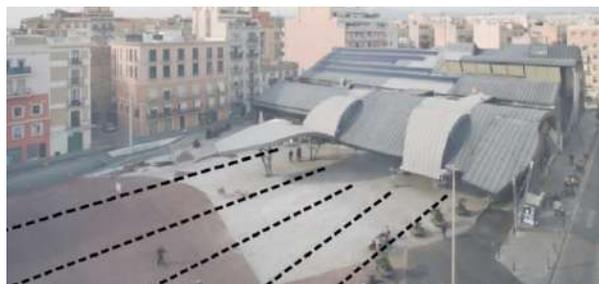


Ilustración: 16 Mercado la Barceloneta
Fuente: Mias Arquitectes
Elaboración: María F. Travez.

MERCADO DE LA LAGUNA

Concepción del Proyecto.

“El nuevo Mercado de la Laguna, se plantea como un referente económico, turístico y cultural para la ciudad, haciendo del espacio público común para la relación entre los residentes, y productos propios del sitio.” (Afasia, 2012)

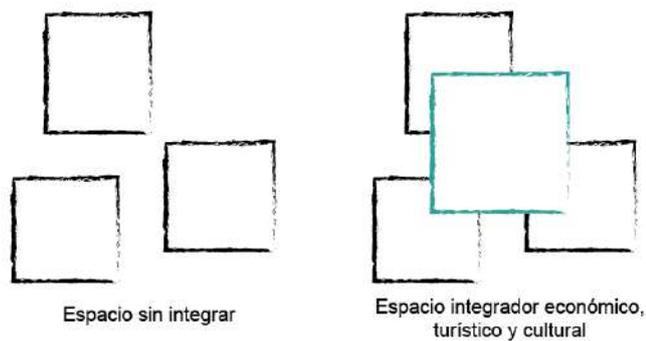


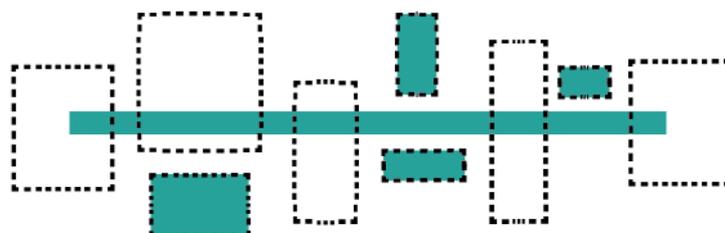
Ilustración: 17 Relación de Actividades

Fuente: María F. Travez

Elaboración: María F. Travez.

El mercado La Laguna trata de reforzar la identidad del barrio y de la cultura a través de difundir este espacio como una MARCA que genere un hito en la comunidad al igual que fomentar las actividades del sector.

Todos los espacios interiores y exteriores se encuentran conectados y en secuencia para generar un recorrido continuo y dinámico. Todos los almacenes se encuentran en igualdad de condición en planta baja. (Afasia, 2012)



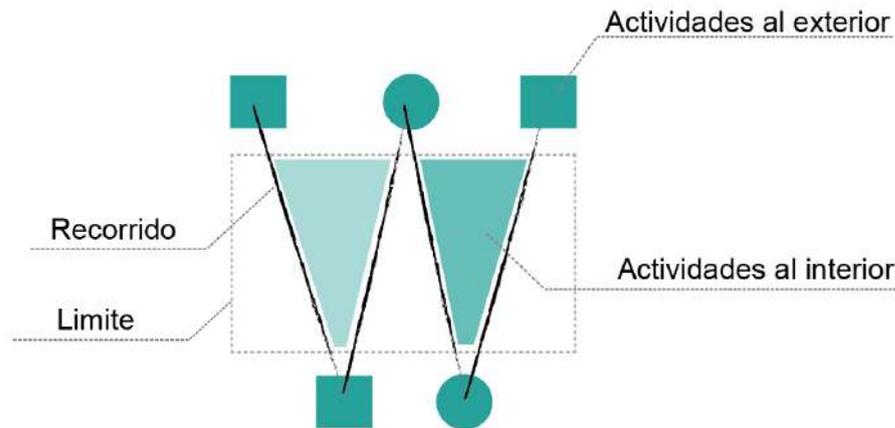
Espacios interiores y exteriores se relacionan a través de un recorrido

Ilustración: 18 Relación interior y exterior

Fuente: María F. Travez

Elaboración: María F. Travez.

Las actividades que se generan en los espacios ayudan a entrelazar el espacio público con el mercado, “este equipamiento tiene el concepto de extensión del espacio público que invita a acceder y acoger a los usuarios con espacios amplios.” (Afasia, 2012)



Las actividades permite crea un recorrido del exterior al interior, el limite se diluye.

Ilustración: 19 Mercado Santa Caterine

Fuente: Ayuntamiento de Barcelona

Elaboración: María F. Travez.

Utilidad – Espacio.

El mercado comenzó a funcionar como elemento integrador entre la identidad del territorio y de la cultural, esto sirve para conectar la plaza del Adelantado y la plaza de Mercado. (Afasia, 2012)

Estructura

La estructura está conformada por un juego geométrico que forma un modelo, este se usa de modo de celosía, tiene la función de proteger del sol y ofrece confort térmico.

La fachada tiene una textura que genera homogeneidad y unidad al volumen.

La materialidad a utilizarse genera énfasis al volumen con hormigón y madera “combinando con construcción pesada de gran estabilidad térmica y construcción ligera que permite adaptar sus elementos al clima, al lugar y al contexto histórico.”

MERCADO EL ERMITAÑO

Referentes Internacionales.

Concepción del Proyecto.

El mercado el ermitaño es el más antiguo y más importante del distrito de independencia y Lima Norte; Se realizado un concurso para la reestructuración del mercado con el fin de que el mercado contribuya al desarrollo económico, social y cultural del distrito con un espacio urbano comercial que fusione actividades en el mismo espacio y que tenga continuidad de actividades hacia los espacios públicos.

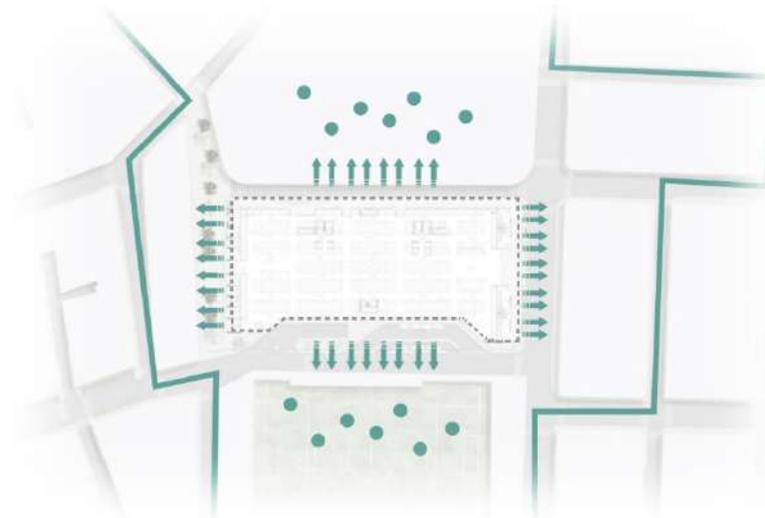


Ilustración: 20 Mercado Ermitaño

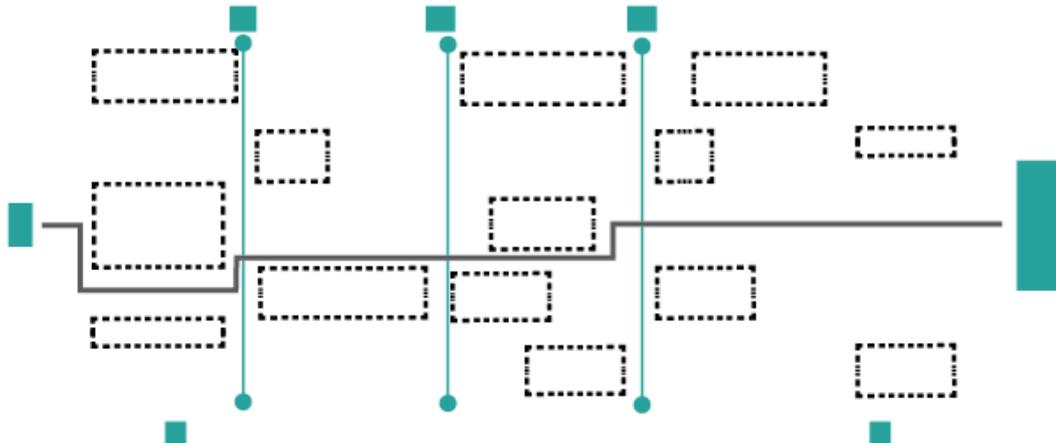
Fuente: plataforma de arquitectura

Elaboración: María F. Travez.

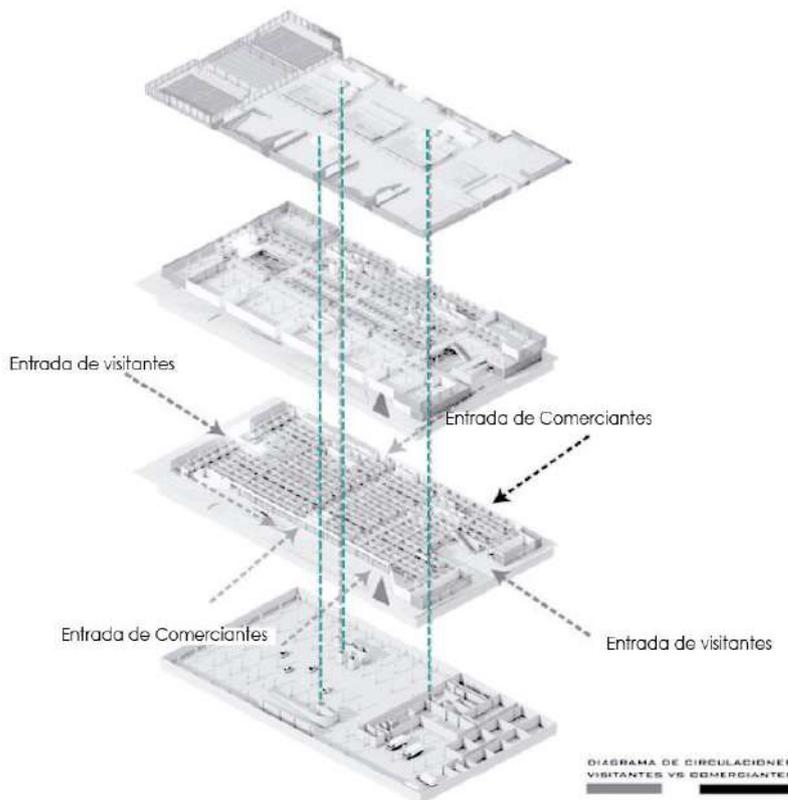
Elementos o Componentes del Proyecto

Se planta siete ingresos hacia el mercado, por la Av. de los Pinos, el más jerárquico con la intención de generar un buen entendimiento entre el edificio y el espacio público.

Es una planta bastante flexible que generan varios recorridos para el usuario, al igual que el módulo tipo es el que permite esta flexibilidad espacial.



*Ilustración: 21 Esquema de recorridos pb.
Fuente: plataforma de arquitectura
Elaboración: María F. Travez.*



*Ilustración: 22 Axonometría Mercado
Fuente: plataforma de arquitectura
Elaboración: Bach. Arq. Gabriela Mayta,
Bach.*

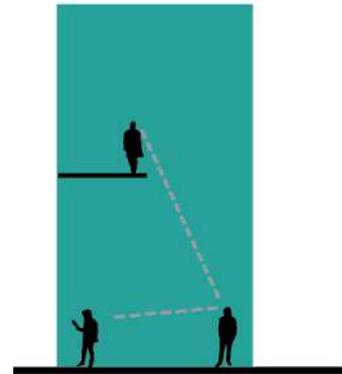
El mercado se desarrolla en 4 niveles, cada nivel tiene actividades distintas en planta baja se designaron los espacios de mayor concurrencia, la segunda planta se plantea espacios de comida, bebidas entre otros distribuidos alrededor de un gran patio,

posee dobles alturas para relacionar atmosferas comercio con el nivel superior, unidos los dos elementos que hacen un mercado.

superior, unidos los dos elementos que hacen un mercado.

La percepción de los usuarios es distinta en los diferentes espacios del mercado, ya que su actividad no se mezcla en planta, pero se tiene una relación indirecta al crear dobles alturas.

Ilustración: 23 Esquema relación espacial
Fuente: María F. Travez
Elaboración: María F. Travez



“El volumen tubo como principal fin obtener una escala amable con el contexto inmediato y el usuario, que responde a las alturas de las edificaciones que lo rodean.” (ARQUITECTOS, 2017) Se genera una simetría en el perfil urbano.

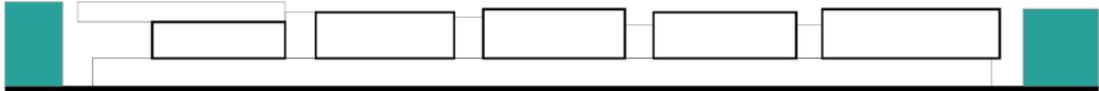


Ilustración: 24 Simetría del volumen
Fuente: KALIKSZTEIN ARQUITECTOS
Elaboración: María F. Travez

“La orientación del proyecto responde a las condiciones climáticas de lima, e implementan el uso de teatinas que resuelve la ventilación e iluminación natural del proyecto”. (ARQUITECTOS, 2017)

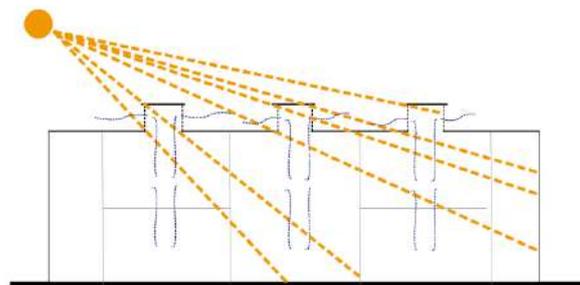


Ilustración: 25 Iluminación y Ventilación
Fuente: KALIKSZTEIN ARQUITECTOS
Elaboración: María F. Travez

MERCADO ESTACIÓN BÁLTICA

El mercado de la Estación Báltica se encuentra en el norte de Tallin, entre la principal estación de trenes de la ciudad y el popular distrito residencial de Kalamaja, (architecs, 2017) Al estar ubicado en una zona de transición, el mercado da un enfoque distinto a la zona, se convierte en un espacio público de gran alcance para desarrollar diferentes actividades.

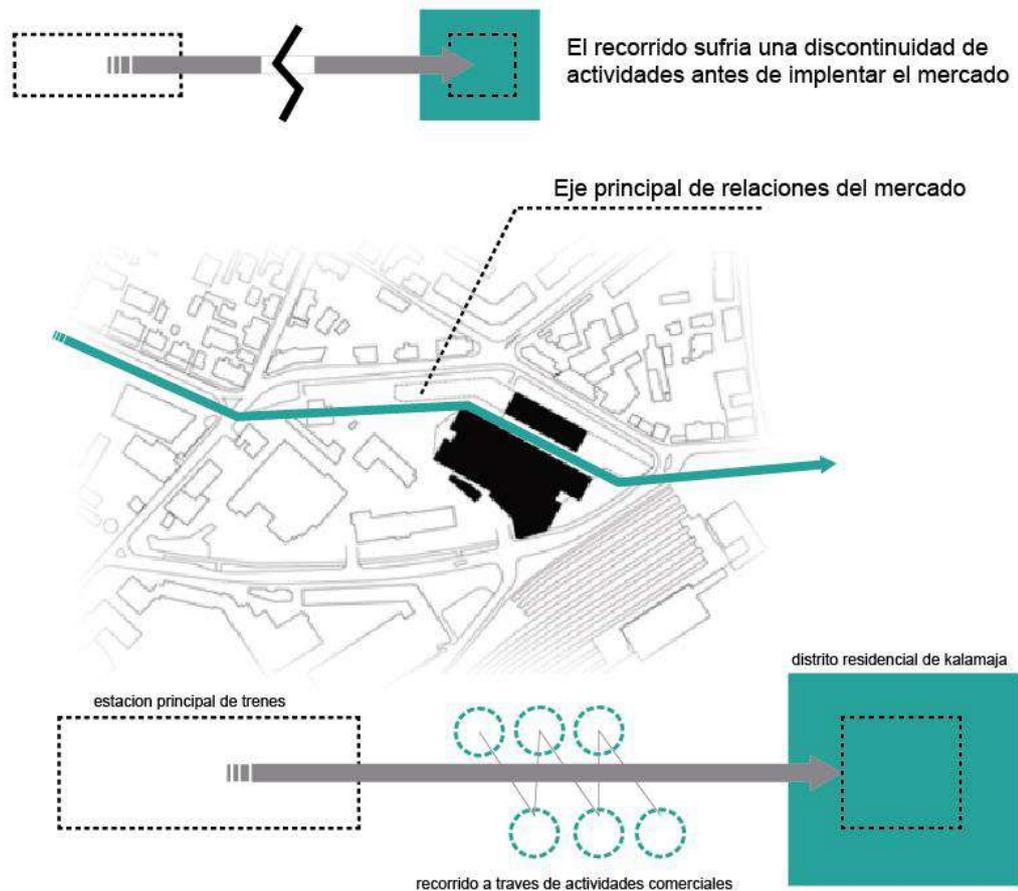


Ilustración: 26 Eje principal
Fuente: María F. Travez
Elaboración: María F. Travez

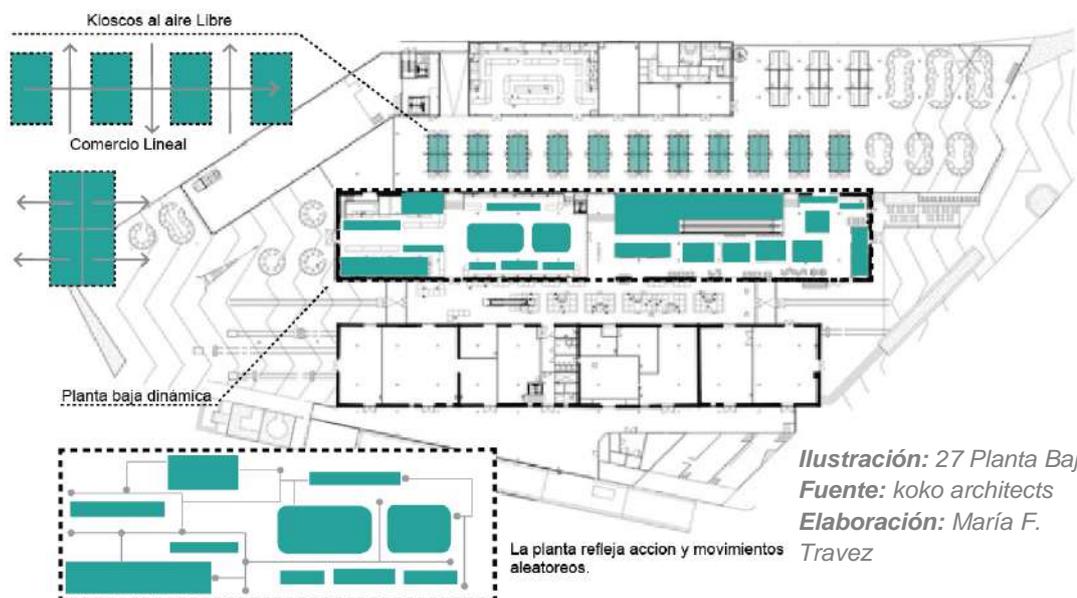
El mercado es un elemento revitalizador de la zona, al implantar cultura, tradición e innovación en un mismo espacio para el uso de las personas de la zona y turistas.

Concepción del Proyecto.

El objetivo de la remodelación era crear un mercado contemporáneo y que albergue varias actividades para diferentes culturas ya que es un espacio de transición que viene desde una parada de tren atrayendo potenciales turistas hacia el mercado, por otro lado, se quería conservar su esencia histórica con su movimiento y naturaleza caótica.

Elementos o Componentes del Proyecto.

El mercado interior se divide en tres plantas, dentro de los edificios reconstruidos y entre ellos. La parte delantera del techo se encuentra abierta para generar un mercado al aire libre, se colocaron kioscos de madera, utilizados por pequeños emprendimientos de la zona para generar espacios más activos y generar espacios seguros y dinámicos.



El objetivo principal de la planta baja del mercado es comunicar la acción y movimiento. Se combina varias formas geométricas para generar esta complejidad formal en un solo espacio. Las funciones típicas de un mercado se ubican en el edificio central a lado del mercado de agricultores, puestos de verduras y comidas de calle. (architects, 2017)

La fusión de estas actividades crea una manera más dinámica de experimentar un mercado con tanto movimiento y acción de los diferentes usuarios que llegan día a día al mercado.

Forma

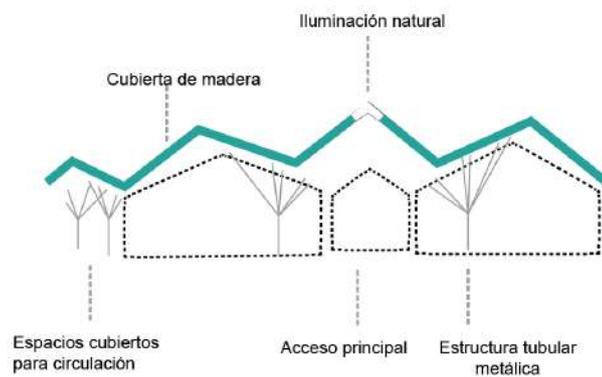


Ilustración: 28 Estructura

Fuente: María F. Travez

Elaboración: María F. Travez

El mercado está conformado por una cubierta de madera que tiene aberturas para iluminación y ventilación natural. La fachada principal está conformada por tres almacenes de piedra caliza de dos pisos. La nueva extensión incluye un único techo

inclinado unificador que sigue la forma y el tamaño de los edificios originales y un piso

subterráneo que contiene las nuevas funciones. (architects, 2017)

ESTRATEGIAS DE DISEÑO, TOMADAS DE LOS REFERENTES PARA EL PROYECTO.

Mercado la Barceloneta

- Crear la interrelación entre el espacio público y el mercado para generar dinamismo y aprovechar que es una zona turística para potencializar aún más el comercio y la cultura del Poblenou.
- Generar espacios con servicios nuevos para captar más visitantes de la zona y turistas.
- La planta baja debe estar relacionada directamente con plazas cercanas al proyecto para generar actividades que se puedan continuar en el espacio público como pequeños kioscos.

- Implementar un sistema que ayude a climatizar el mercado como son los paneles solares, fachadas dobles, o muros verdes que hoy en día son un factor que complementa el diseño de un proyecto.

Mercado de la Laguna

- Dar caracterización al espacio público, mejorar la relación de los residentes con los productos tradicionales del sector.
- La relación entre los espacios externos e internos se relacionan a través de las actividades que se desarrollan como método para reforzar la identidad y cultura del barrio.
- Los espacios exteriores e interiores se encuentran en secuencia para generar un recorrido continuo que acoge a residentes y turistas con espacios amplios y dinámicos.

Mercado El Ermitaño

- Tener en cuenta una escala amable con el contexto inmediato y el usuario que responda a alturas de las edificaciones que lo rodean
- Generar diferentes espacios para brindar al usuario distintas percepciones espaciales y que la permanencia en el mercado sea una experiencia que combine cultura y tradición.
- La orientación del proyecto debe responder al clima de la ciudad para poder dirigir espacios que necesiten iluminación directa o difusa y exista un confort térmico dentro del mercado sin tener que ocupar un sistema mecánico.

Mercado Estación Báltica

- Diseñar un mercado contemporáneo y que contenga varias actividades para fusionar las distintas culturas existentes.
- Generar un mercado al aire libre con estructuras de madera para dar mayor seguridad y movimiento al espacio público que está relacionado directamente al mercado.

- La materialidad del mercado debería ser similar a la construcción clásica de la zona para poder implementar esos materiales con nuevas técnicas para que el mercado tenga un lenguaje en común con el contexto, pero más moderno.

MARCO LEGAL – NORMATIVA.

El sustento legal en el que se basa el diseño del mercado gastronómico se rige en documentos y normativa de especialidad del proyecto, a continuación, se enumeran los relevantes:

Normativa Urbanística Metropolitana de Barcelona menciona acerca del uso de suelo en Barcelona, al igual que la altura máxima que puede tener el equipamiento.

Ordenanzas fiscales de mercados 2020 del ayuntamiento de Barcelona menciona medidas mínimas de cafeterías, restaurantes y el número de giros que debe tener.

El IMMB es un organismo autónomo de Barcelona que menciona la funcionalidad espacial y como estos deben cumplirse en el diseño del proyecto, al igual que mantenimiento y conservación de edificios.

El código técnico de la construcción (CTE) mencionan las exigencias de seguridad que debe existir al momento de la construcción.

CONCLUSIONES.

- Dentro del análisis de referentes se establece que la relación entre los mercados y el espacio público es de gran importancia para generar dinamismo comercial, cultural y social dentro de un barrio.
- Los mercados no solo son espacios de intercambio comercial, sino un lugar de encuentro de la población donde se intercambia conocimientos.
- Después de analizar varios referentes se observa que los mercados necesitan estar orientados de manera en que se aprovechen el sol y la

dirección de los vientos para poder climatizar y ventilar de manera mecánica lo menos posible.

- La materialidad a utilizarse en el mercado es de gran importancia ya que por medio del material se puede generar diferentes sensaciones espaciales y esto hace que el recorrido del usuario por el mercado sea interesante.
- Se deben generar nuevos espacios para actividades distintas a las de un mercado convencional, esto permite que el usuario haga del mercado un espacio de permanencia y no solo un lugar de comercio.
- El diseño de un mercado es muy complejo ya que se debe pensar a nivel urbano en como el barrio o el lugar va a reaccionar a este equipamiento monumental.
- Se genera permeabilidad de las calles cercanas hacia el mercado porque se disfruta de diferentes atmósferas, unas sensoriales y otras físicas.

CAPÍTULO II

ANÁLISIS

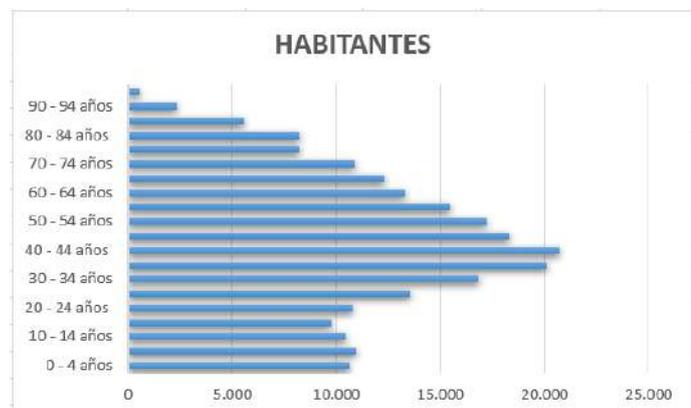
ANÁLISIS SOCIO – ESPACIAL.

Análisis Demográfico, poblacional.

San Martí es el Segundo distrito más poblado de Barcelona con el 14.6% de la población total y presenta la densidad más alta de la ciudad. Posee 236.163 habitantes, de acuerdo al Instituto Nacional de Estadística del 2017, La población predominante está dentro de 30 a 54 años con 93.172 habitantes y la mayoría de su población es de sexo femenino con 51.9% del total de la población, mientras que los habitantes del sexo masculino son del 48.1%. La tasa de natalidad es ligeramente superior a la de Barcelona mientras que la de la de mortalidad es inferior.

La estadística del 2001 al 2017 muestra un crecimiento de la población del sexo femenino de 14.289 habitantes siendo mayor al sexo masculino con un crecimiento de 13.894 habitantes.

POBLACIÓN DE SAN MARTÍ 2017	
EDAD	HABITANTES
0 - 4 años	10.648
5 - 9 años	10.932
10 - 14 años	10.449
15 - 19 años	9.766
20 - 24 años	10.772
25 - 29 años	13.578
30 - 34 años	16.824
35 - 39 años	20.127
40 - 44 años	20.693
45 - 49 años	18.325
50 - 54 años	17.203
55 - 59 años	15.450
60 - 64 años	13.302
65 - 69 años	12.336
70 - 74 años	10.883
75 - 79 años	8.213
80 - 84 años	8.208
85 - 89 años	5.551
90 - 94 años	2.339
95 y mas años	564



Gráfica: 1 Densidad poblacional San Martí 2017

Fuente: Instituto Nacional de Estadística

Elaboración: María F. Travez

AÑOS	2001	2006	2010	2012	2015	2017
MUJERES	99.309	109.023	112.520	112.859	112.739	113.598
HOMBRES	108.671	116.969	119.803	120.604	121.385	122.565

Tabla: 3 Evolución poblacional San Martí 2001 - 2017

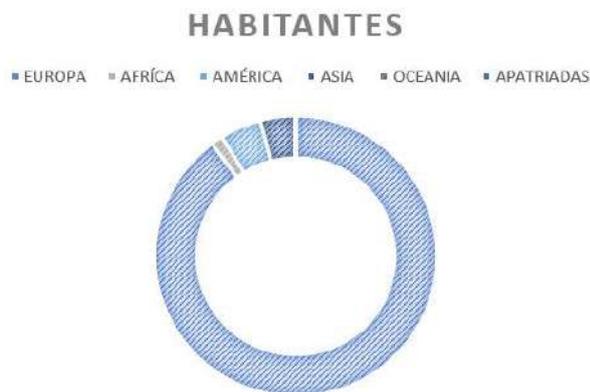
Fuente: Instituto Nacional de Estadística

Elaboración: María F. Travez

San Martí posee una gran diversidad de nacionalidades compuestas en su gran mayoría por habitantes españoles y en menor proporción extranjeros. La población española es de 197.089 habitantes conformando el 90% de San Martí.

NACIONALIDAD	HABITANTES
EUROPA	212.118
AFRÍCA	3.183
AMÉRICA	11.119
ASIA	9.595
OCEANIA	52
APATRIADAS	25

Tabla: 3 Población según nacionalidad
Fuente: Instituto Nacional de Estadística
Elaboración: María F. Travez



Gráfica: 2 Población según nacionalidad
Fuente: Instituto Nacional de Estadística
Elaboración: María F. Travez

Análisis Económico y Empleo del Lugar.

Economía.

Según el instituto nacional de estadística la población económicamente activa esta entre los 16 a 64 años de la población, la principal actividad económica es la industrial y el comercio. El distrito concentra establecimientos de gran

tamaño y de categoría alta en el sector de hotelería y turismo (57,5%) por encima del promedio de la ciudad.

ACTIVIDAD ECONÓMICA		
	2012	2017
COMERCIO	22,75%	23,00%
INDUSTRIA	40,00%	38,10%
OFICINAS	17,20%	17,20%
ENSEÑANZA	5,60%	6,30%
SANIDAD	2,30%	2,80%
HOTELERIA Y TURISMO	6,40%	6,80%
DEPORTIVO	2,80%	3,60%
ESPECTACULOS	1,30%	1,50%
OTROS	1,60%	0,70%

ACTIVIDAD ECONÓMICA 2012-2017



Tabla: 4 Actividad económica 2012 - 2017

Fuente: Instituto Nacional de Estadística

Elaboración: María F. Travez

De acuerdo con la Encuesta de servicios 2018, un 35,8% de la población residente trabaja en el mismo distrito, cerca del 49% lo hace en el resto de Barcelona y el 15,5% fuera de Bcn. El porcentaje de residentes de Barcelona que trabajan en el distrito es del 11,6%. Esto refleja que existe gran oferta de trabajo en el distrito de San Martí ya que gran parte de la población residente trabaja en el sector hotelero y comercial del mismo (INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICA). La población es económicamente activa en su totalidad con el 84,8% de la población del distrito. La población del sexo femenino parada (54,40%) se mantiene similar a la ciudad de Barcelona, pero se observa que el 2012 la población parada era menor mientras que la población del sexo masculino parada ha disminuido (45,6%) al igual que la población menor a 29 años (12,3%) con respecto al 2012, los extranjeros parados han incrementado ligeramente (18,8%).

MERCADO DE TRABAJO



Gráfica: 4 Tabla de Mercado de Trabajo

Fuente: Instituto Nacional de Estadística

Elaboración: María F. Travez

MERCADO DE TRABAJO			
	2012	2015	2018
% DE RESIDENTES DEL DISTRITO QUE TRABAJAN EN EL DISTRITO	34,1%	36,3%	35,8%
% DE RESIDENTES QUE TRABAJAN FUERA DEL DISTRITO	42,7%	42,1%	48,7%
% DE RESIDENTES QUE TRABAJAN FUERA DE BSN.	23,2%	21,2%	15,5%
% DE RESIDENTES DE BARCELONA QUE TRABAJAN EN EL DISTRITO	9,4%	10,5%	11,6%

Tabla: 5 Porcentaje de Mercado de Trabajo

Fuente: Instituto Nacional de Estadística

Elaboración: María F. Travez

MERCADO DE TRABAJO			
	2012	2015	2018
HOMBRES	50,7%	47,1%	45,6%
MUJERES	49,3%	52,9%	54,40%
EXTRANJEROS	18,5%	16,2%	18,80%
MENOR A 29 AÑOS	14,2%	11,9%	12,3%
30 A 44 AÑOS	39,3%	35,0%	31,7%
45 AÑOS Y MAS	46,5%	53,1%	56,0%
POBLACIÓN PARADA DE 16 A 64 AÑOS	11,4%	9,3%	7,0%

Tabla: 6 Mercado de Trabajo

Fuente: Instituto Nacional de Estadística

Elaboración: María F. Travez

Empleo.

Los grupos de ocupación predominantes en el distrito de San Martí están el comercio al por menor y mayor al igual que industrias manufactureras, restaurantes, bares y hoteles.

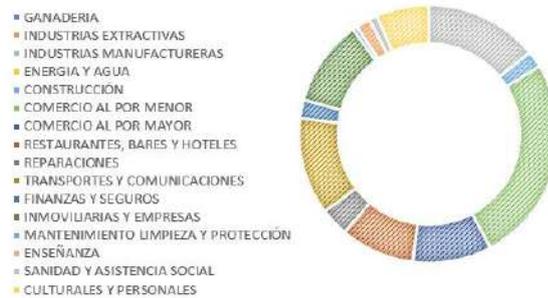
ACTIVIDAD EMPRESARIAL	15.241
ACTIVIDAD	CASOS
GANADERIA	0
INDUSTRIAS EXTRACTIVAS	0
INDUSTRIAS MANUFACTURERAS	2.151
ENERGIA Y AGUA	1
CONSTRUCCIÓN	321
COMERCIO AL POR MENOR	3.955
COMERCIO AL POR MAYOR	1.496
RESTAURANTES, BARES Y HOTELES	1.410
REPARACIONES	537
TRANSPORTES Y COMUNICACIONES	1.859
FINANZAS Y SEGUROS	353
INMOVILIARIAS Y EMPRESAS	1644
MANTENIMIENTO LIMPIEZA Y PROTECCIÓN	84
ENSEÑANZA	270
SANIDAD Y ASISTENCIA SOCIAL	160
CULTURALES Y PERSONALES	1000

Tabla: 7 Mercado de Trabajo

Fuente: Instituto Nacional de Estadística

Elaboración: María F. Travez

ACTIVIDAD EMPRESARIAL



Gráfica: 5 Actividad empresarial
Fuente: Instituto Nacional de Estadística
Elaboración: María F. Travez

San Martí como distrito de la ciudad de Barcelona tiene como principales fuentes de trabajo y desarrollo económico a los diferentes tipos de actividades comerciales y turísticas. Es por eso que la base económica del lugar responde a una población económicamente activa que se encuentra ocupada en actividades de comercio al por mayor y menor, y turismo de esta manera el distrito de San Martí se podría convertir en una potencial turístico de la ciudad de Barcelona.



Gráfica: 6 Gráfica de Mercado de Trabajo
Fuente: Instituto Nacional de Estadística
Elaboración: María F. Travez

Análisis Socio – Cultural.

Identidad Cultural.

La vida cultural de San Martí influenciado por un pasado industrial, Una industria que ha generado la innovación y abierto puertas a las nuevas

tecnologías y ha convertido a San Martí en el motor de la nueva Barcelona. El distrito ha tenido varios cambios en los últimos años y en la actualidad es una de las zonas con mayor proyección económica y arquitectónica de la ciudad, Al ser en el pasado una ciudad industrial se ha tratado de recuperar mucho de los espacios emblemáticos como son las antiguas fábricas y sitios industriales para abastecer de otros usos sociales al distrito.

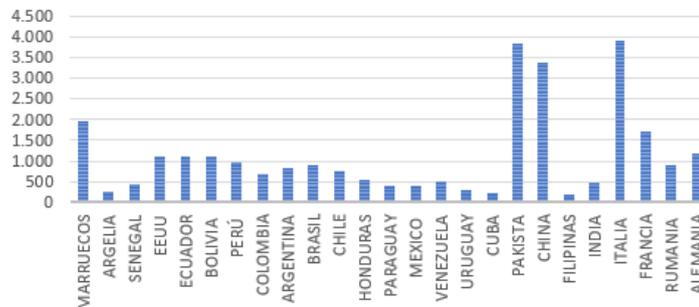
El potencial turístico del distrito San Martí está en los equipamientos e infraestructuras rehabilitadas de la ciudad antigua industrial. Una de estas es el antiguo Dipòsit de les Aigües, junto al Parc de la Ciutadella, el centro cultural la farinera del Clot o el museo de la fundació vila casas, la universidad Pompeu Fabra que anteriormente fue la fábrica de algodón.

Los actos que más atraen a los habitantes del sector y a turistas son las festividades que se realizan en los barrios del distrito como son: La fiesta mayor del Poblenou, la fiesta de la Verneda realizadas por diferentes coordinaciones del distrito, realzan la cultura popular y tradicional del distrito a través de actividades deportivas, culturales y de ocio cabe destacar el pasacalle de gigantes, “la actuación de los Catellers de Barcelona, la mañana de fiesta mayor y el concierto de habaneras final”. (barcelona.cat, s.f.)

Nacionalidades.

Según las estadísticas del instituto Nacional los países de precedencia de la población total del distrito son: la Italia, Pakistán, China, Estados Unidos, México, Marruecos, Francia, Ecuador, Bolivia, Chile, Rumania, Alemania como principales. Para San Martí la presencia de inmigrantes en el sector es vital ya que con el paso del tiempo el distrito se ha vuelto un punto de encuentro de culturas y tradiciones de todo el mundo.

PRINCIPALES NACIONALIDADES EXISTENTES EN SAN MARTÍ



Gráfica: 7 Población Extranjera de San Martí

Fuente: Instituto Nacional de Estadística.

Elaboración: María F. Travez

ANÁLISIS FÍSICO AMBIENTAL.

Ubicación General del Objeto de Estudio.

El distrito de San Martí es uno de los 10 distritos que conforma la ciudad de Barcelona sobre el llano de Barcelona en su vertiente litoral. El mercado cultural se ubicará en el barrio el Poblenou.



Ilustración: 29 Ubicación

Fuente: Google Maps

Elaboración: María F. Travez

Definición de Límites y Enclaves.

El distrito de San Martí limita:

- Norte: San Adrián de los besos
- Sur: Distrito Ciudad Bella
- Este: Playa Bogatell

- Oeste: Distrito del ensanche y Gracia

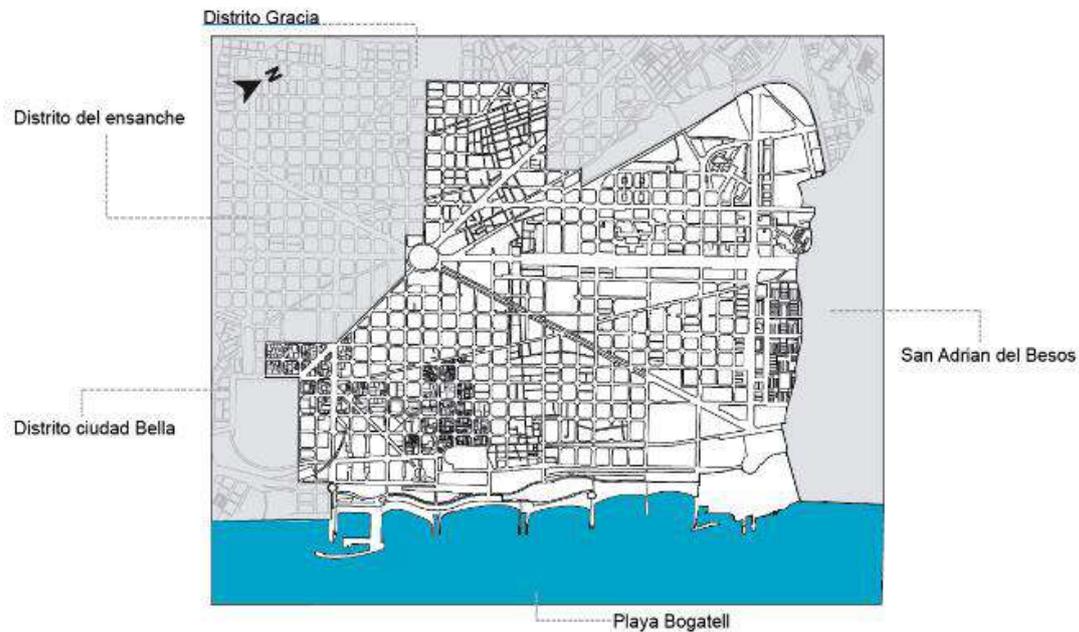


Ilustración: 30 límites de San Martí

Fuente: María F. Travez

Elaboración: María F. Travez

Análisis del Relieve de la Zona.

El distrito de San Martí se encuentra a la altura del mar, Está situada en la ciudad de Barcelona con una superficie de 10.8 km² la topografía es mínima en la zona de San Martí.

Estrategias de Diseño.

- Según el análisis de la zona se puede determinar que el mercado gastronómico debe estar ubicado de manera estratégica con el resto de los equipamientos propuestos para generar un recorrido comercial cultural y gastronómico aprovechando las fachadas, espacios vacantes del contexto inmediato de terreno a intervenir.
- Al estar ubicado cerca de una zona turística y comercial de San Martí se debe implementar espacios de interacción y recreación pública para

satisfacer a los habitantes relacionados directamente (33.931 habitantes) y a población extranjera que realice turismo en la zona.

- Al no tener una topografía tan pronunciada en el sector de San Martí se puede generar varias alternativas de recorridos a través de los equipamientos propuestos y existentes de la zona.

Análisis Climático.

Asoleamiento y Vientos.

La fachada con mayor incidencia solar es la Sur y la norte r recibe iluminación indirecta natural por las tardes de esta manera se debe direccionar los espacios sociales para aprovechar la energía. La dirección predominante de los vientos es del sur hacia el norte con una velocidad promedio de 10 km/h es necesaria su consideración para una adecuada ventilación que ayude al confort térmico durante las cuatro estaciones climáticas del año a través de un diseño pasivo implementado en el mercado cultural en el distrito de San Martí.

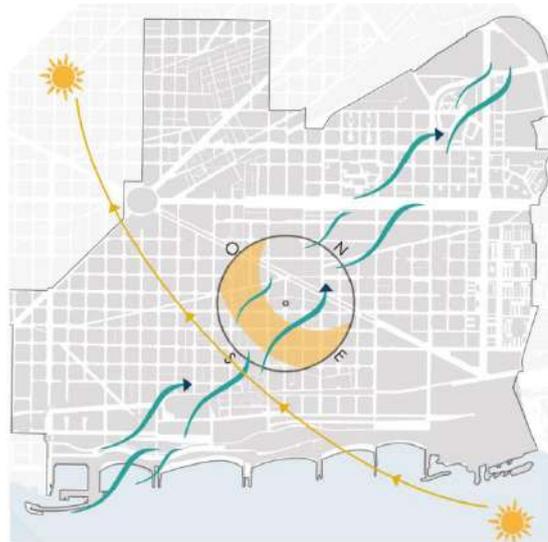
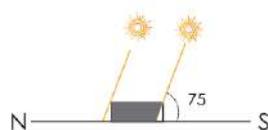


Ilustración: 31 Asoleamiento, vientos y sombras

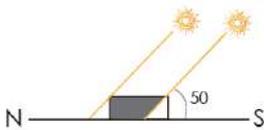
Fuente: Sun Earth Tools

Elaboración: María F. Travez

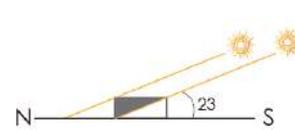
SOMBRA JUNIO MEDIO DIA



SOMBRA MARZO-SEPTIEMBRE MEDIO DIA

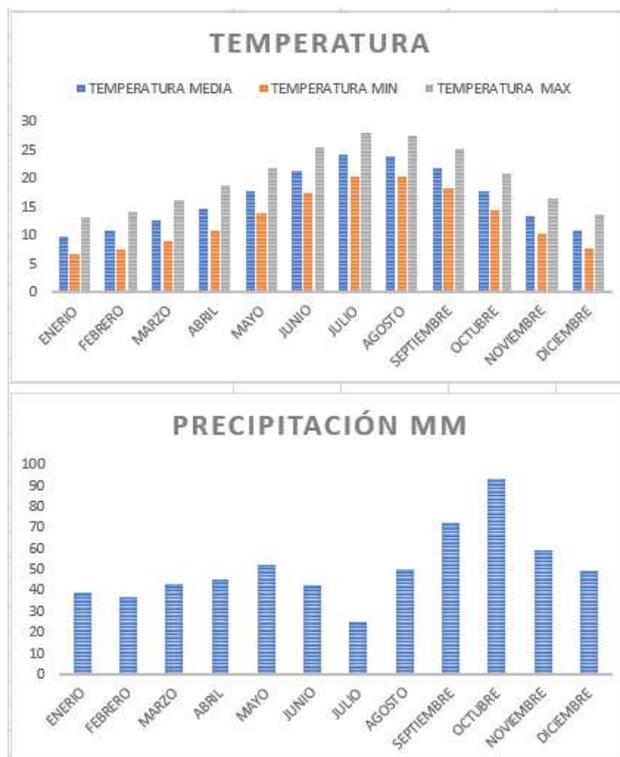


SOMBRA DICIEMBRE MEDIO DIA



Temperatura.

La temperatura baja se encuentra entre los meses de diciembre a abril y desde mayo, la temperatura comienza a subir, junio con 21,4 grados hasta octubre. El clima es cálido y templado en Barcelona, la lluvia cae durante todo el invierno con relativamente poca lluvia en verano.



La temperatura media anual es de 16,5 grados y la precipitación anual es de 612mm.

El mes más seco es julio con 25 mm mientras que en octubre alcanza su mayor precipitación con 93 mm. El mes más caluroso del año con un promedio de 24,1 grados en julio y enero es el mes más frío del año.

Estrategias de Diseño.

Gráfica: 8 y 9 Temperatura / precipitaciones

Fuente: climate data

Elaboración: María F. Travez

- Los espacios del mercado deben estar diseñados de manera confortable para climas extremadamente calurosos y fríos como son los meses de julio y febrero implementado el diseño de fachadas móviles que tiene como función la protección térmica a través de un filtro que evita la penetración del calor o el frío directo sobre la fachada sur del mercado que es la fachada con mayor incidencia de calor y de vientos.
- Diseñar patios internos que conecten directamente con espacios semipúblicos del mercado gastronómico para generar ventilación

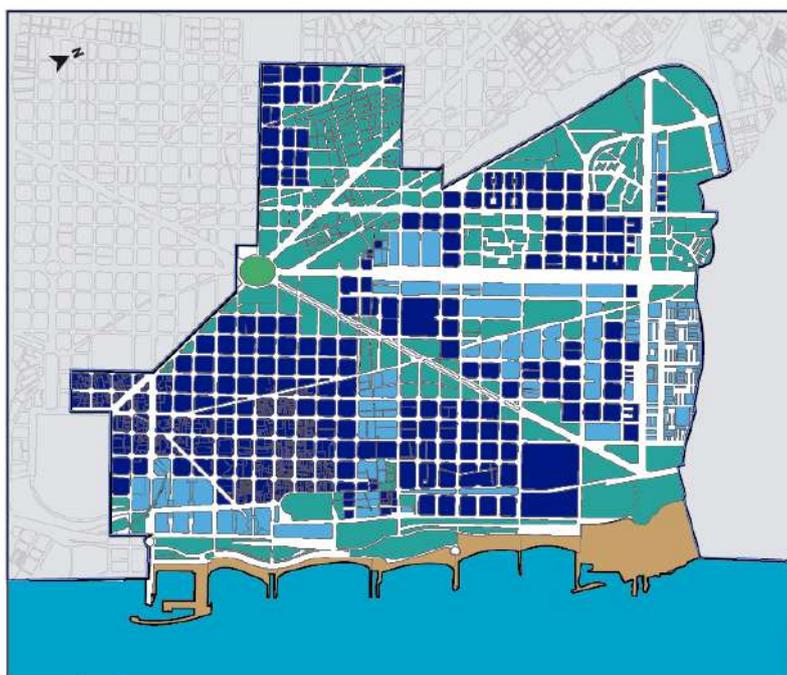
cruzada en verano y tener espacios de sombra y de iluminación directamente.

- Implementar vegetación en la fachada sur que es la fachada con mayor incidencia de vientos para evitar el intercambio de energía entre el interior y el exterior del mercado cultural.

ANÁLISIS MACROURBANO.

Análisis Morfotipológico.

Trama.



SIMBOLOGÍA

- TRAMA RECTAGULAR
- TRAMA IRREGULAR
- TRAMA ORTOGONAL
- TRAMA RADIAL
- TRAMA LINEAL

Ilustración: 32 Trama

Fuente: Ayuntamiento de Barcelona

Elaboración: María F. Travez

Como se puede observar en el gráfico 16, el distrito de San Martí se encuentra conformado por cinco tipos de tramas en donde se observa que la trama predominante es de tipo regular, la intersección de la avenida diagonal por todo el distrito

San Martí. El plan Cerdá fue un plan de reforma y ensanche de la ciudad de Barcelona que tenía una estructura en cuadrícula, abierta e igualitaria.

Estrategias de Diseño.

- La tipología de manzanas del distrito San Martí influye en la relación de los espacios de accesibilidad con relación al mercado cultural.

- La trama regular que es la que predomina en el distrito ayuda a identificar puntos que generen un recorrido por los mercados cercanos al mercado cultural.

Análisis de Uso de Suelo y Equipamientos.

Uso de Suelo.

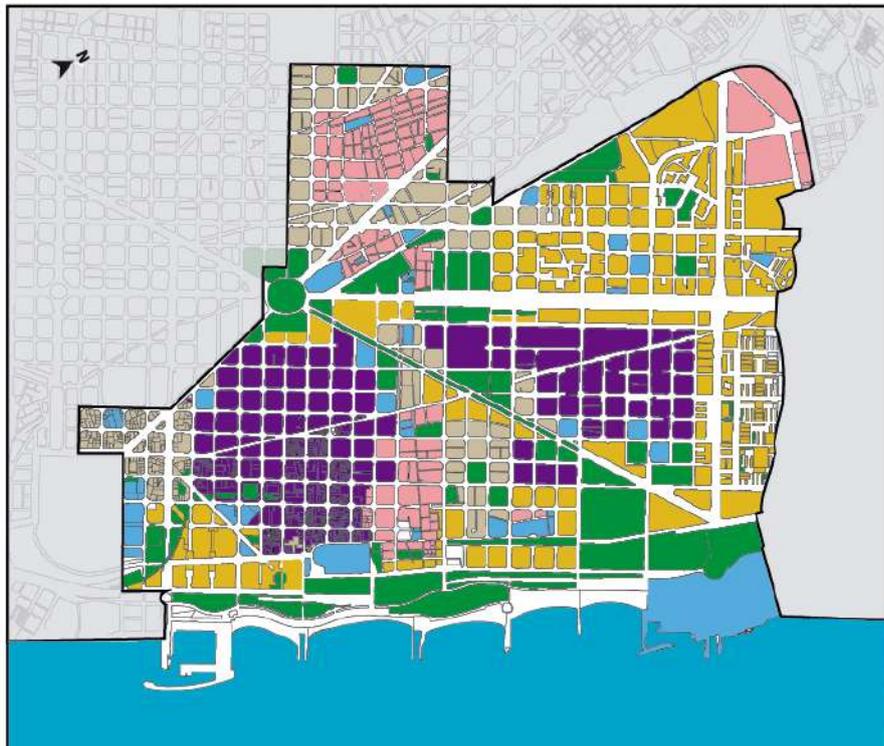


Ilustración: 33 Uso de Suelo

Fuente: BCN Ayuntamiento de Barcelona

Elaboración: María F. Travez

Simbología

■ 22	
■ DENSIFICACION URABANA	
■ VOLUMETRIA DE LA ANTERIOR NOLRMATIVA	
■ TRANSFORMACION DE LOS EQUIPAMIENTOS EXISTENTES	
■ PARQUES Y JARDINES URBANOS	
■ CASCO ANTIGUO	

El uso de suelo predominante es la volumetría específica de la anterior normativa y destaca al igual, se puede observar que hay parques y jardines urbanos que pueden potencializar el desarrollo turístico del distrito a través de distintos recorridos urbanos que lleguen al mercado gastronómico propuesto.

Equipamientos.

Salud, Religión y Seguridad.

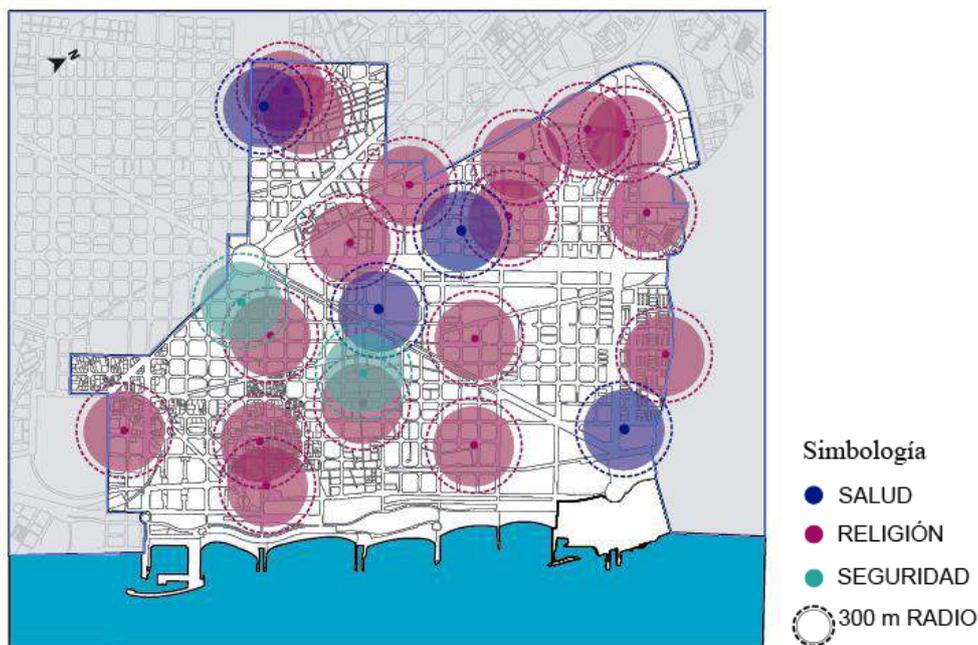


Ilustración: 34 Equipamientos

Fuente: BCN Cartografía Ayuntamiento de Barcelona

Elaboración: María F. Travez

El distrito de San Martí cuenta con un hospital y un centro de urgencias ubicado cerca de la avenida diagonal con un radio e influencia de 300 m que es insuficiente para la población total del distrito.

Existen 17 equipamientos de religión dentro de esto están iglesias y capillas que tienen un radio de influencia de 300 m y se puede observar que abastece en la zona norte, sur y oeste del distrito. Existe una unidad de policía comunitaria y un centro de Servicio sociales, los equipamientos de seguridad no abastecen a toda la población del distrito.

Educación.

El distrito de San Martí cuenta con suficientes instituciones educativas tanto como inicial, primaria, secundaria y universidades que abastecen a la población total. Existe una gran presencia de colegios en todo el distrito. La

zona este no tiene equipamientos educativos, pero no es un inconveniente ya que ya las zonas restantes están abastecidas en su totalidad.

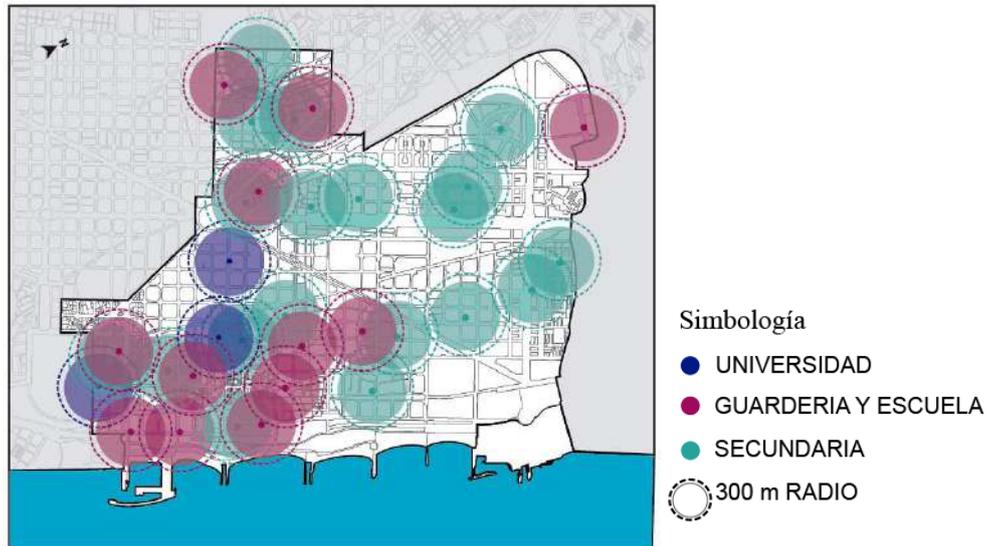


Ilustración: 35 Equipamientos
Fuente: BCN Cartografía Ayuntamiento de Barcelona
Elaboración: María F. Travez

Recreación y Deporte.

El distrito de San Martí posee 6 equipamientos deportivos, los cuales abastecen a la población porque están ubicados en los distintos barrios del distrito, de esta manera cubre con la demanda de cada barrio. Por otro lado, posee espacios de recreación que cumple con la demanda en la zona sureste más que la zona noroeste.

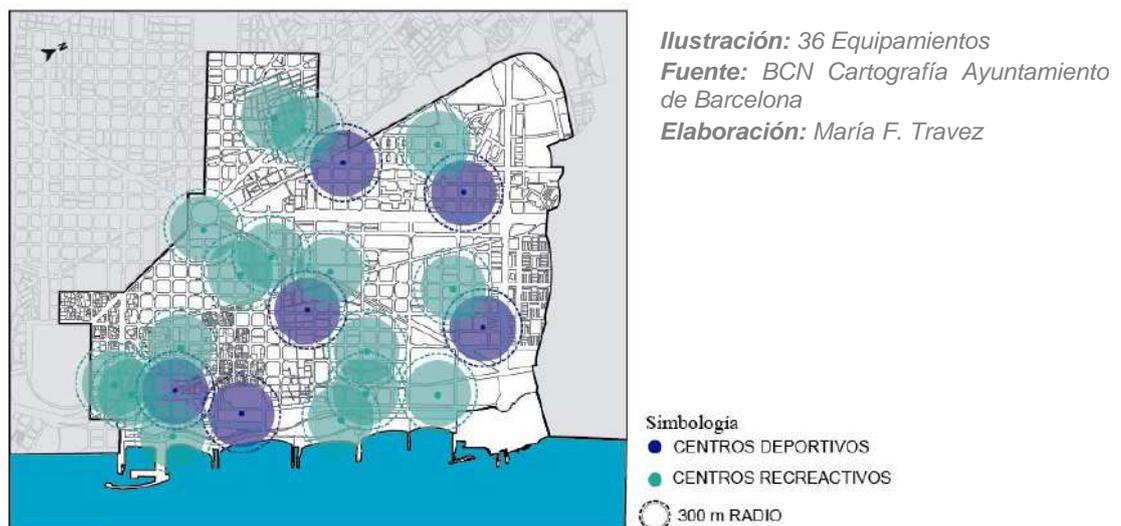


Ilustración: 36 Equipamientos
Fuente: BCN Cartografía Ayuntamiento de Barcelona
Elaboración: María F. Travez

CULTURAL Y COMERCIO

El distrito de San Martí posee 3 mercados que solo desarrolla actividades de comercio algunos días de la semana y tiene 3 mercados municipales que no abastecen la demanda de la población total.

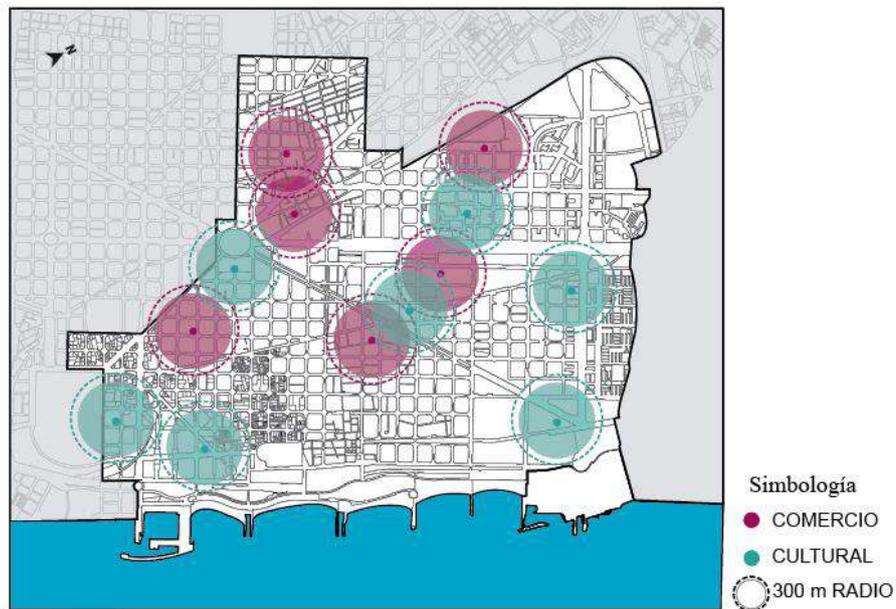


Ilustración: 37 Equipamiento cultural y comercial
Fuente: BCN Cartografía Ayuntamiento de Barcelona
Elaboración: María F. Travez

También posee centros culturales como bibliotecas, salas de estudio, pero de la misma manera no están distribuidos de manera estratégica para satisfacer al distrito. Y no existe un equipamiento que contenga ambas actividades que se puedan relacionar directamente al comercio con la cultura que en este distrito ambas actividades son de vital importancia para el desarrollo e innovación del mismo.

Análisis de Accesibilidad y Vialidad.

Accesibilidad.

San Martí conecta directamente con el distrito del ensanche y gracia que es la zona central de Barcelona al igual con el distrito ciudad bella que esta al sur de San Martí. Tiene 3 vías de acceso para conectar con el centro de Barcelona por la Av. Diagonal que atraviesa toda la ciudad y la Av. Meridiana que conecta

el distrito ciudad bella con San Andrés y la gran vía Corts Catalanes que conecta en sentido sur – norte. Las tres vías se conectan en la plaza de las glorias. También posee veredas de una dimensión aceptable para la correcta circulación peatonal al igual que tiene un arbolado que genera sombra. Las tres vías se encuentran abastecidas de paradas de transporte público a una distancia no mayor a 300 m.

Vialidad.

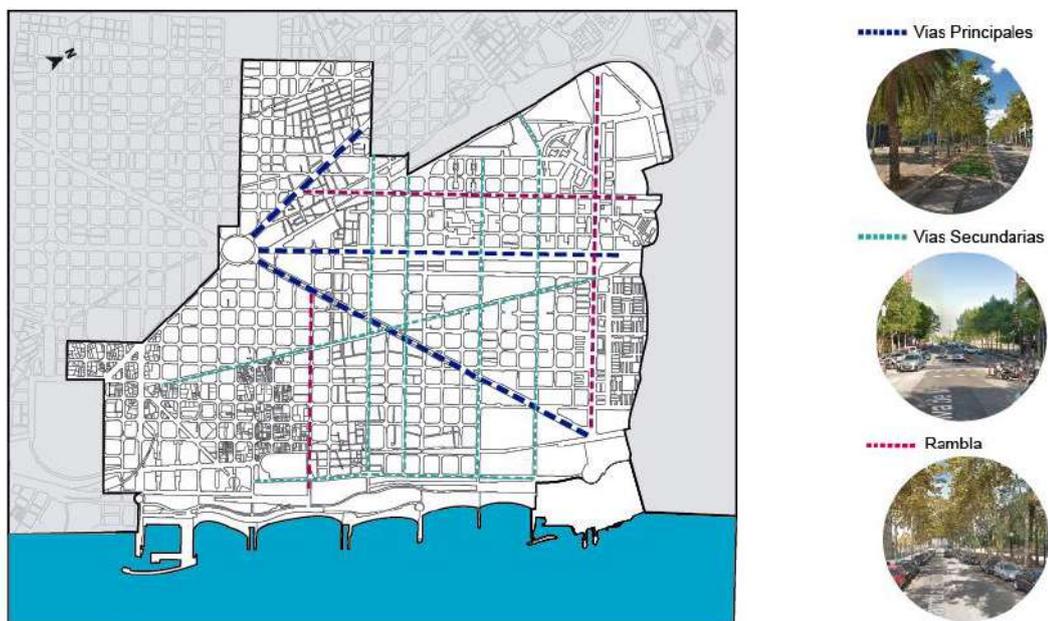


Ilustración: 38 Vialidad

Fuente: BCN Cartografía Ayuntamiento de Barcelona

Elaboración: María F. Travez

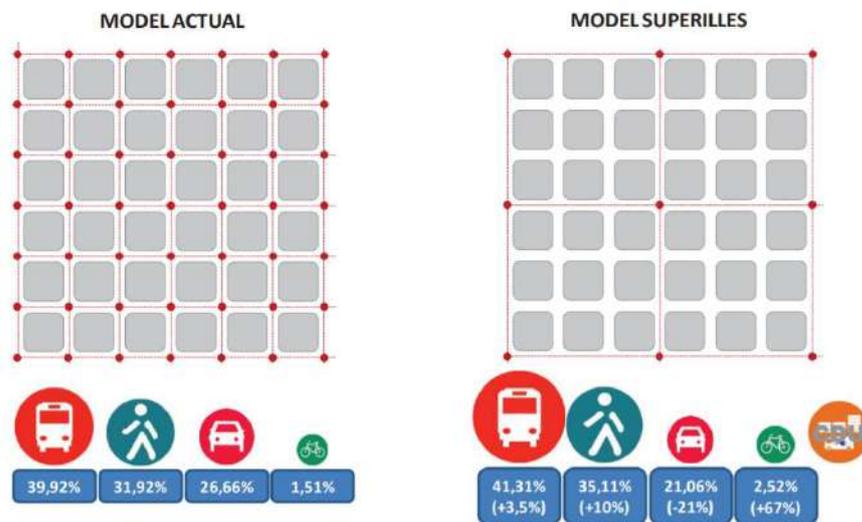
La Gran Vía es la calle principal del distrito San Martí, va en sentido sur – norte y atraviesa la ciudad comunicando todos los distritos. En el Distrito la gran mayoría de las calles se encuentran asfaltadas. Esto facilita la accesibilidad dentro y fuera del distrito. Otra de las Av. Principales es Av. Diagonal que conecta el este con el oeste de la ciudad, esta vía igual se encuentra asfaltada. Las vías secundarias de la misma manera se encuentran asfaltadas y poseen veredas que cumplen con dimensiones para que el peatón tenga un buen recorrido al igual que tiene espacios de sombra generado por una hilera de árboles que ayudan de gran manera en verano.

Análisis de Movilidad, Peatonalizacion y Transporte.

Movilidad.

En la movilidad de Barcelona destacan 3 factores: La accesibilidad del transporte, la cobertura geográfica de la red de transporte público y el sistema tarifado integral. (ZICLA, s.f.)

Barcelona diseñó un esquema de movilidad de supermanzanas que tiene la virtud de mejorar la eficiencia de la red de circulación en vehículo privado ya que disminuyen los cruces entre vías.



*Ilustración: 39 Movilidad Barcelona
Fuente: Ayuntamiento de Barcelona*

Peatonalidad.

En el distrito San Martí de Barcelona la calle de mayor concurrencia peatonal es la rambla porque siempre están animadas, con turistas que disfrutan de las terrazas que existen a lo largo del recorrido que conecta con la plaza Cataluña.

Transporte.

Tipos.

El distrito de San Martí se encuentra abastecido de transporte Público y de una red de ciclovía que recorre gran parte del distrito. Existen 3 líneas de

transporte que son el metro, el tranvía y paradas de bus. Las paradas se encuentran cada 200 o 300 m.

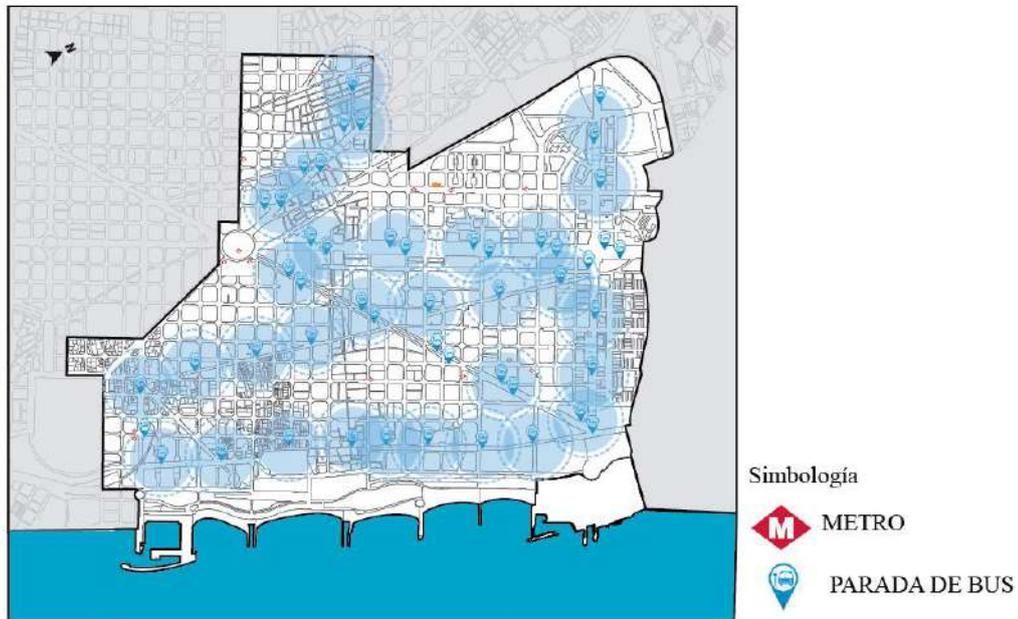


Ilustración: 40 Transporte Público
Fuente: BCN Cartografía Ayuntamiento de Barcelona
Elaboración: María F. Travez

El transporte público de la ciudad de Barcelona ha tenido un fuerte crecimiento en 2017, con alrededor de 15 millones de viajeros más. Se destaca el sistema tarifado que permite viajar combinando diversos medios de transporte al igual que la cobertura geográfica de la red del transporte público.

Análisis de Espacios Públicos y Áreas Verdes.

Existe área verde pero no abastece a la población directa del distrito al igual que los espacios públicos son escasos en la zona solo existen 2 centros deportivos y algunas canchas que no se encuentran en buen estado.

El arbolado se encuentra en todas las vías principales y esto ayuda al paisaje de la ciudad igual que al ecosistema, también genera sombra en verano.

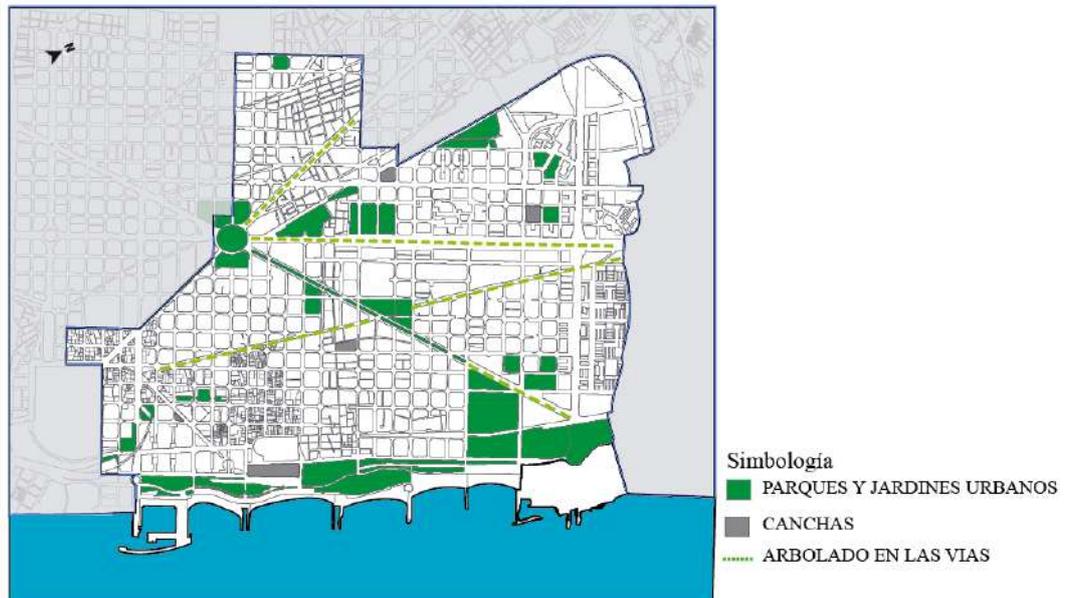


Ilustración: 41 Espacio Público y Áreas verdes
Fuente: BCN Cartografía Ayuntamiento de Barcelona
Elaboración: María F. Travez

Análisis de Relaciones Funcionales de la Zona de Estudio.

El distrito de San Martí con respecto a la relación funcional entre equipamientos y servicios el terreno determinado para el mercado gastronómico.

Estos puntos de referencia son parte elemental del distrito de San Martí ya que conforman parte de la identidad del lugar. Por otro lado, favorecen al turismo del lugar ya que son hitos de tecnología e innovación comercial. Y se trata de generar una relación estrecha entre estos equipamientos con el mercado.

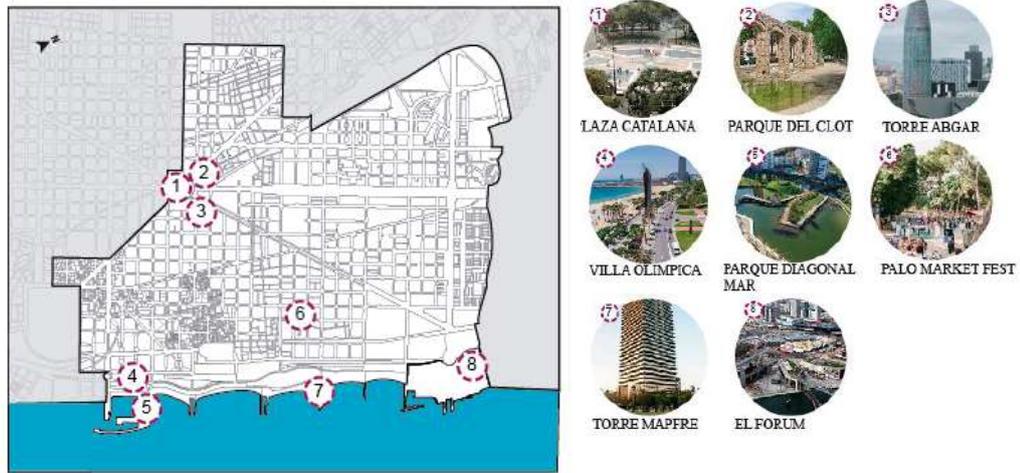


Ilustración: 42 Relaciones funcionales
Fuente: Ayuntamiento de Barcelona
Elaboración: María F. Travez

ANÁLISIS DEL SITIO.

Ubicación Específica del Área de Estudio.

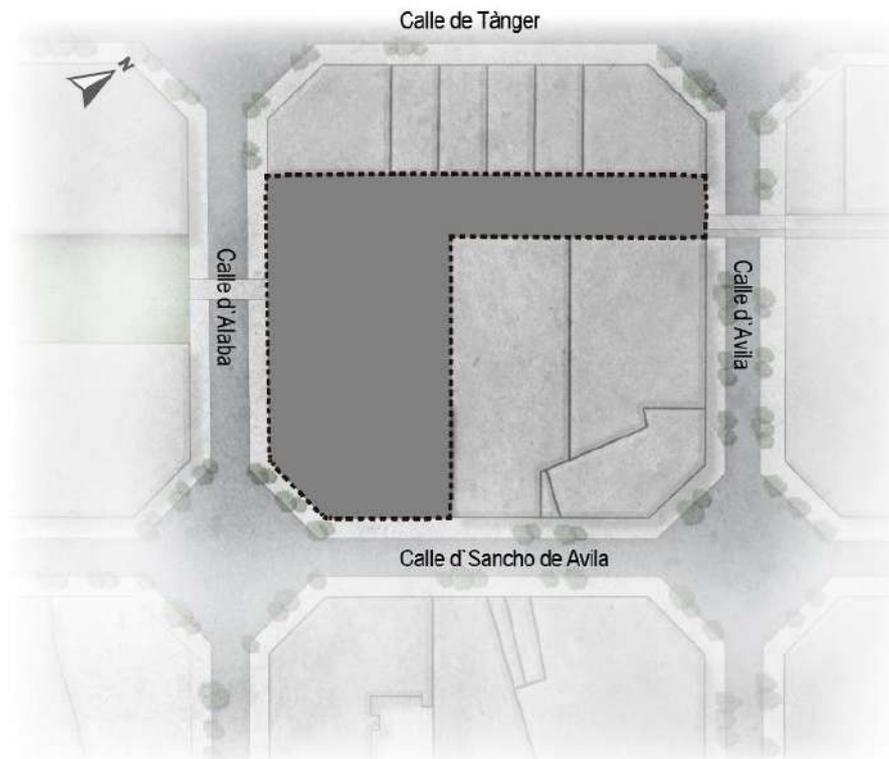


Ilustración: 43 Ubicación del Área de Estudio
Fuente: María F. Travez
Elaboración: María F. Travez

El mercado Gastronómico forma parte del recorrido principal de espacios propuestos que ayudan a potencializar el barrio con espacios recreativos. El mercado gastronómico está ubicado en el barrio la Llacuna del Poblenou en el Distrito San Martí entre las calles d`Alaba, Calle d`Sancho de Avila, Calle d`Avila y Calle d`Tànger.

Visuales.

Las visuales principales se encuentran en las calles d`Alaba que es la que tiene la principal conexión con un espacio de permanencia del recorrido urbano.

Al igual que tiene una relación visual directa con espacios abiertos como plazas, las viviendas tradicionales del barrio la Llacuna Poblenou.

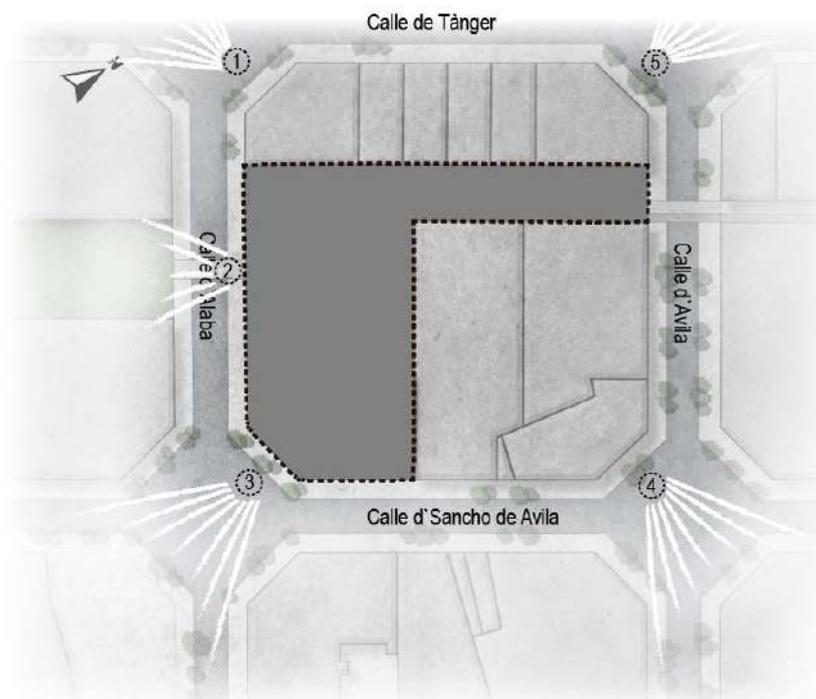


Ilustración: 44 Visuales

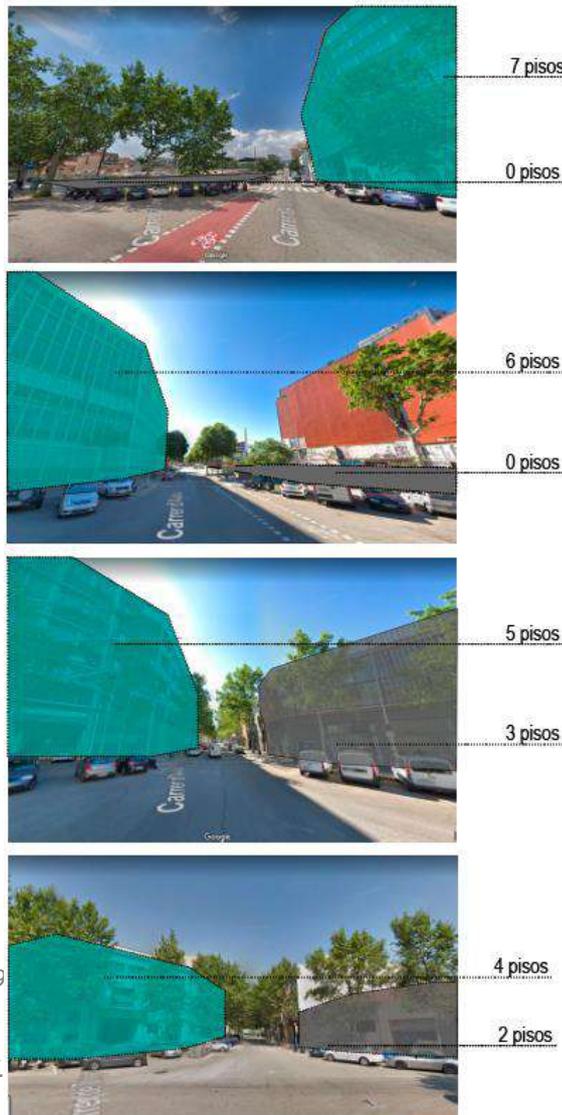
Fuente: Google Earth

Elaboración: María F. Travez



*Imagen: 1,2,3,4 y 5
 Visuales
 Fuente: Google maps*

Cortes Viales.



*Imagen: 6,7,8 y 9
 Cortes viales
 Fuente: Google maps
 Elaboración: María F. Travez*

Perfiles Urbanos

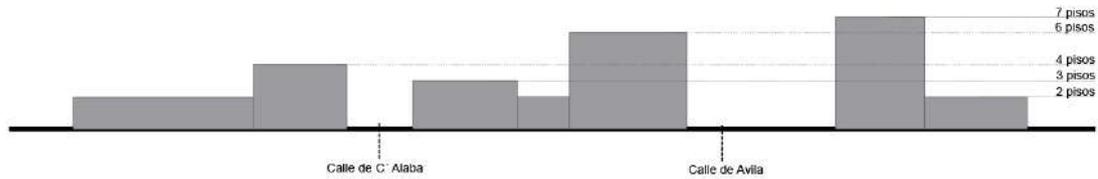


Ilustración: 45 Perfil Urbano 1
Fuente: Google Earth
Elaboración: María F. Travez

Se observa que las alturas varían alrededor del terreno a intervenir entre 2 a 7 pisos lo que establece que el mercado debería estar entre en el rango de las mismas para que el perfil urbano no sufra una fuerte ruptura espacial.

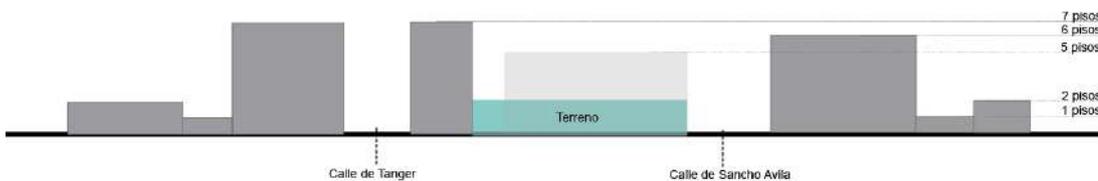
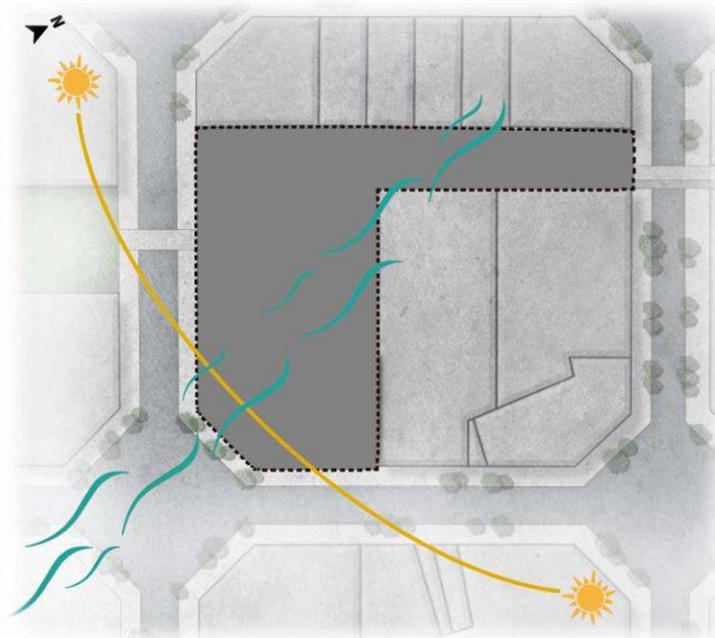


Ilustración: 46 Perfil Urbano 2
Fuente: Google Earth
Elaboración: María F. Travez

Asoleamiento y vientos



El terreno está ubicado de manera que los espacios interiores del mercado estarán abastecidos con energía pasiva para mantener la temperatura confortable.

Ilustración: 47 Asoleamiento y vientos
Fuente: Sun Earth Tools
Elaboración: María F. Travez

CONCLUSIONES.

- Dentro del análisis expuesto, es evidente que el distrito tiene un déficit del 82% de mercados y al proponer un mercado gastronómico se trata de abastecer a todos los usuarios que se encuentran en el barrio y no tienen un espacio para ir a comer o comprar alimentos.
- Actualmente existen 2 mercados municipales en el distrito, pero estos espacios son solo elementos de transición, al no tener espacios de permanencia, los visitantes no permanecen más del tiempo necesario en el mismo y por esta razón está perdiendo la dinámica que tienen otros mercados que fusionan actividades con el comercio.
- El distrito en el pasado era industrial pero después con el tiempo las fábricas fueron remodeladas y convertidas en oficinas, almacenes entre otros esto indica que el distrito ha evolucionado y tiene un carácter más turístico, por lo tanto, un mercado gastronómico es un espacio idóneo para contribuir a la vitalidad de la Llacuna del Poblenuo con interacción social y ayudando a la economía del mismo.
- La Llacuna del Poblenuo se encuentra abastecido de equipamientos educativos, religiosos, salud, pero los espacios públicos tienen un déficit ya que se observa que no hay actividad en los mismo y esto hace que el espacio se vuelva inseguro, al implementar un mercado gastronómico como destino turístico se llena de turistas y de actividades que se vuelven el vínculo entre el barrio y la sociedad.
- De igual forma el análisis climático permite proponer algunas de las principales estrategias de diseño ya que según la información recaudada, las fachadas con mayor radiación solar son la sur y norte esto permite concluir que esas fachadas tienen luz directa y se podrían desarrollar actividades de integración cultural mientras que la fachada este y oeste tienen luz difusa en estos espacios podrían ser espacios semipúblicos.

CAPITULO III

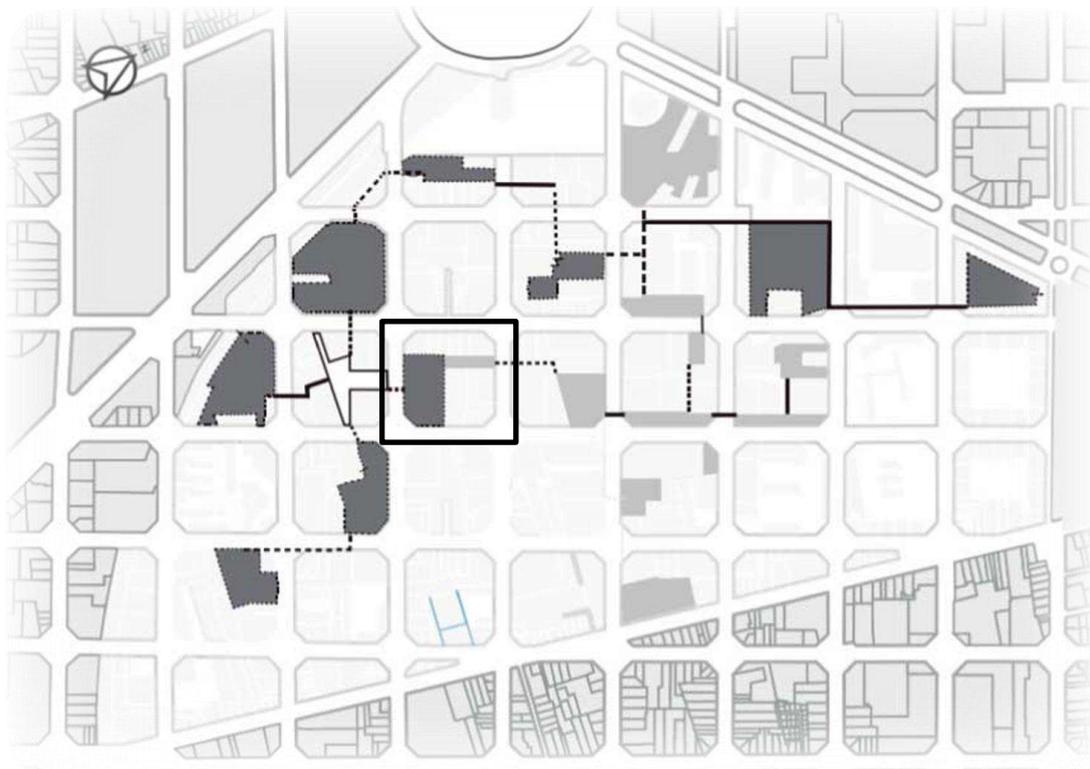
PROPUESTA.

URBANO

Recorrido Urbano.

El plan urbano trata de generar espacios de transición y permanencia a lo largo del recorrido que pasa por las propuestas arquitectónicas, de esta manera se potencializa y genera al mismo tiempo una actividad social, cultural y gastronómica que ayude a la dinámica del barrio con el usuario.

Los recorridos son varios para brindar al usuario diferentes escenarios y sensaciones, en las que la cultura sea la principal herramienta de fusión.



SIMBOLOGÍA

-  AREA DE INTERVENCIÓN
-  RECORRIDO PRINCIPAL
-  PROPUESTA DE PROYECTOS
-  ESPACIOS DE PERMANENCIA

Ilustración: 48 plan urbano la Llacuna de Poblenou

Fuente: Grupo Bimestral II Universidad UTE

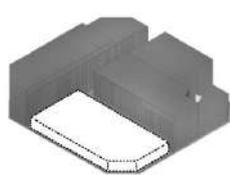
Elaboración: María F. Travez

Idea Fuerza – Concepto de Intervención.

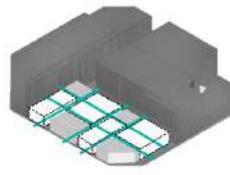
Partido Arquitectónico Emotivo Sensorial.

La idea principal es crear un espacio donde el intercambio gastronómico sea la principal herramienta para fusionar a las diferentes etnias-culturales, con espacio público continuo y que la gastronomía sea parte del recorrido, que cautive al usuario a conocer todos los espacios del mercado, cada uno con diferentes sensaciones y de esta manera la identidad del barrio sea única con la implantación de un mercado que fusione la vida.

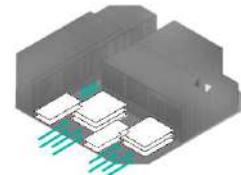
A lo largo del recorrido el usuario está constantemente atraído con los patios internos que incita a mirar la ciudad o el espacio interno del mismo, que está en constante cambio para que las experiencias gastronómicas sean más gratificantes. La idea final es que la relación que se genere entre la arquitectura y la gastronomía ayude al usuario a diferenciar el gusto por un espacio de otro y así el espacio perdurara en la forma de memorias, aromas y temperaturas.



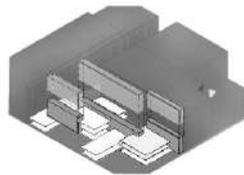
VOLUMEN INICIAL



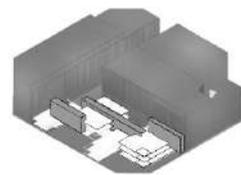
EJES PRINCIPALES



RELACION EXTERIOR - INTERIOR



ELEMENTOS ESTRUCTURALES



SUSTRACCIÓN DE PLANO - PATIOS

Ilustración: 49 Volumetría

Fuente: María F. Travez

Elaboración: María F. Travez

Espacialidad del proyecto

La principal idea de intervenir en la fachada es generar la continuidad espacial del mercado con el contexto y vitalizar el espacio. Las actividades a realizarse son complementarias con el mercado gastronómico.

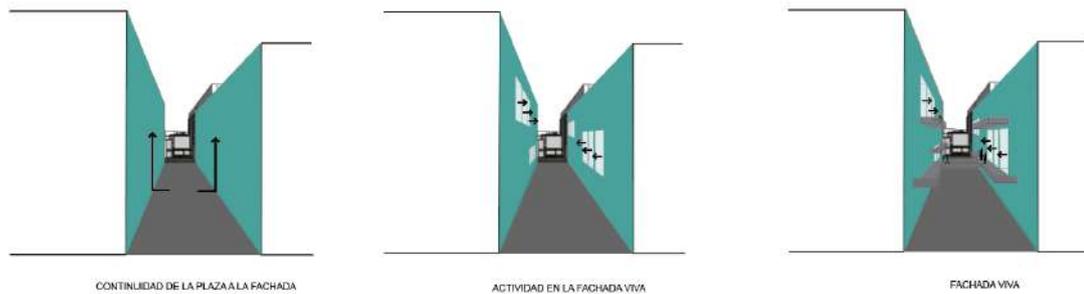
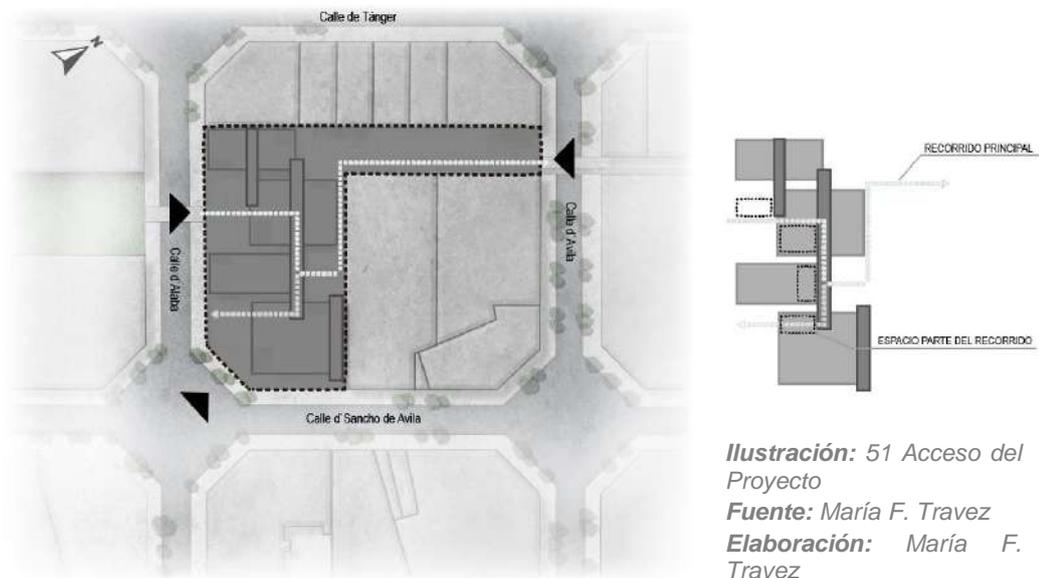


Ilustración: 50 Fachada Viva
Fuente: María F. Travez
Elaboración: María F. Travez

Estrategias.

Aspecto Funcional.

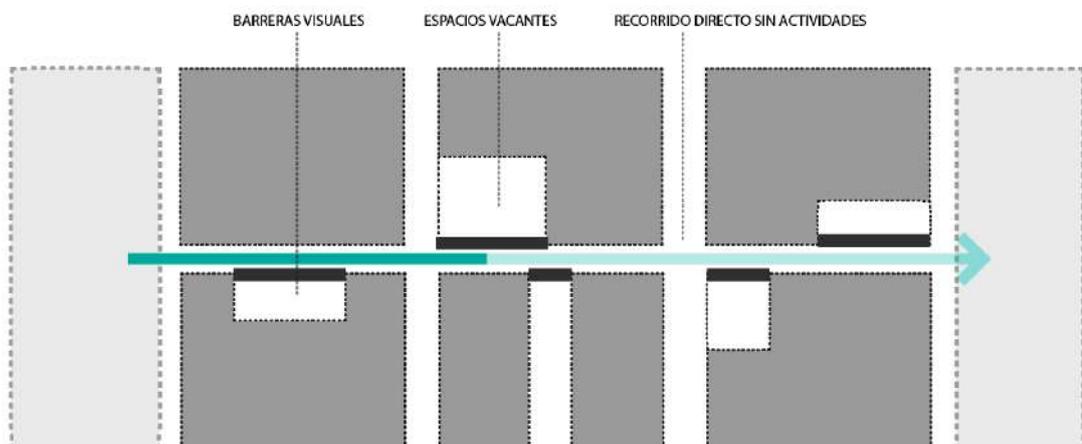
EL proyecto se encuentra situado entre calles de menor tráfico vehicular y los accesos principales (peatonales) son la continuación del espacio público que se plantea en plan urbano. El recorrido planteado invita al usuario a interactuar en las diferentes actividades que se desarrollan dentro del espacio.



El espacio interior es permeable con el exterior para que la relación con la ciudad sea mayor y de esta manera el proyecto brinde varias visuales que inciten al usuario a conocer más del barrio la Llacuna del Poblenu.

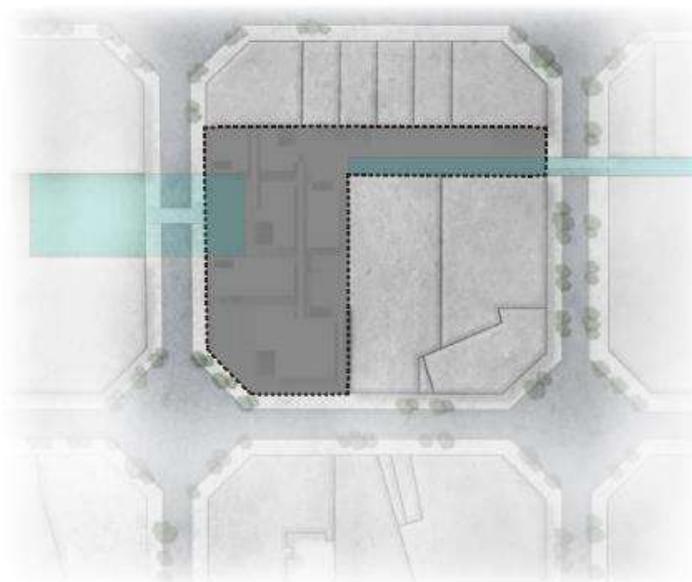
Vinculación del Proyecto con lo Existente.

El principal objetivo del proyecto es vincular el barrio la Llacuna del Poblenu ya que después de un análisis de espacios públicos, o de intercambio cultural



existe un déficit de estos. El barrio se encuentra desarticulado de extremo a extremo.

La Llacuna del Poblenou cuenta con espacios libres que al no ser intervenidos son espacios de gran inseguridad para los usuarios, pero lo que se plantea en el plan urbano, es que, estos espacios sean parte de un recorrido que articulen el barrio con los distintos usuarios.



SIMBOLOGÍA
CONTINUIDAD DEL ESPACIO PÚBLICO

Ilustración: 53 Continuidad del espacio

Fuente: María F. Travez

Elaboración: María F. Travez

El mercado gastronómico ayuda a articular el barrio a través de espacios que pueden ser adecuados en distintas maneras para que los usuarios desarrollen actividades dentro de él sin ninguna limitación y que sea continuo con el espacio público y semipúblico del mismo, el espacio más flexible es planta baja ya que se encuentra vinculado directamente con espacio público del recorrido urbano propuesto.

Conexión de Espacios.

El proyecto es bastante accesible desde cualquier punto del exterior del mercado, pero el acceso principal forma parte del recorrido urbano que se

plante y este se conecta a las galerías que conecta con espacios semipúblicos del mismo.

Al tratarse de un equipamiento público se trató de que el espacio público sea continuo sin barreras físicas ni visuales.



Render: 1 Conexión espacial

Fuente: María F. Travez

Elaboración: María F. Travez

Composición Formal.

El proyecto tiene una composición lineal que responde a su contexto inmediato con tres clases de ejes que van conformando los espacios internos y externos del mercado. La composición lineal ayuda a diseñar espacios similares en tamaño, pero diferentes en función.

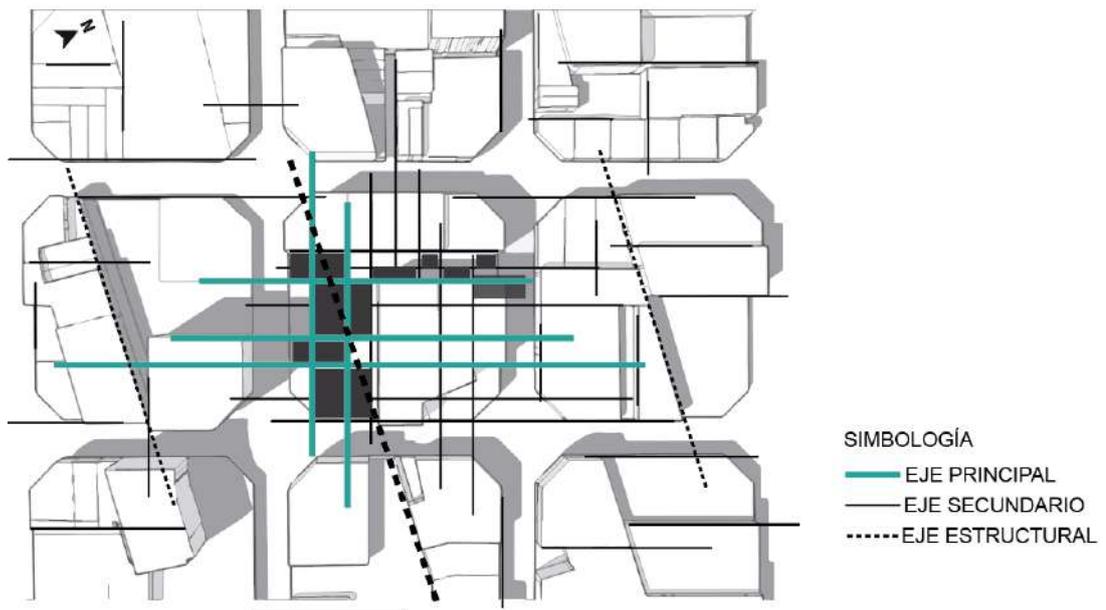


Ilustración: 54 Ejes de diseño
Fuente: María F. Travez
Elaboración: María F. Travez

Diseño de Espacios.

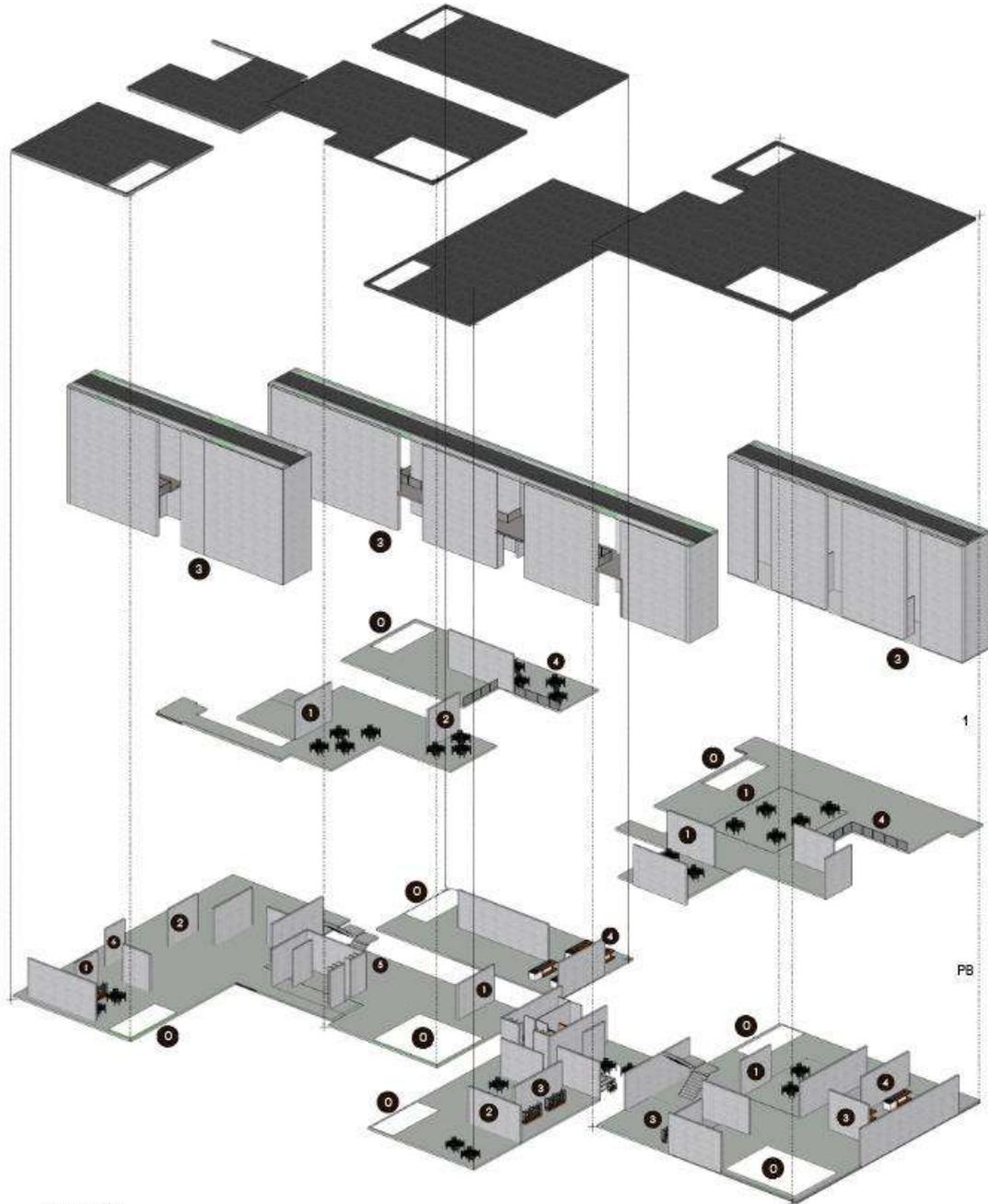
El espacio interior del mercado es flexible ya que este puede cambiar dependiendo la necesidad o actividad que el usuario vaya a realizar, las paredes fijas forman parte de la estructura, pero el espacio restante puede ser uno solo o también puede ser dividido por paredes móviles que forman núcleos. Al formar estos núcleos se puede diferenciar fácilmente el espacio servidor y servido.



Ilustración: 55 Flexibilidad espacial
Fuente: María F. Travez
Elaboración: María F. Travez

Los volúmenes están relacionados directamente o estar conectados por otro elemento lineal que a lo largo de su longitud asigna un conjunto de espacios que son caracterizados como muro habitado.

Zonificación.



SIMBOLOGÍA

- 0 PATIOS
- 1 COMEDORES
- 2 RESTAURANTES
- 3 GALERÍAS COMERCIALES
- 4 SHOW COOKING
- 5 INFORMACIÓN
- 6 ADMINISTRACIÓN

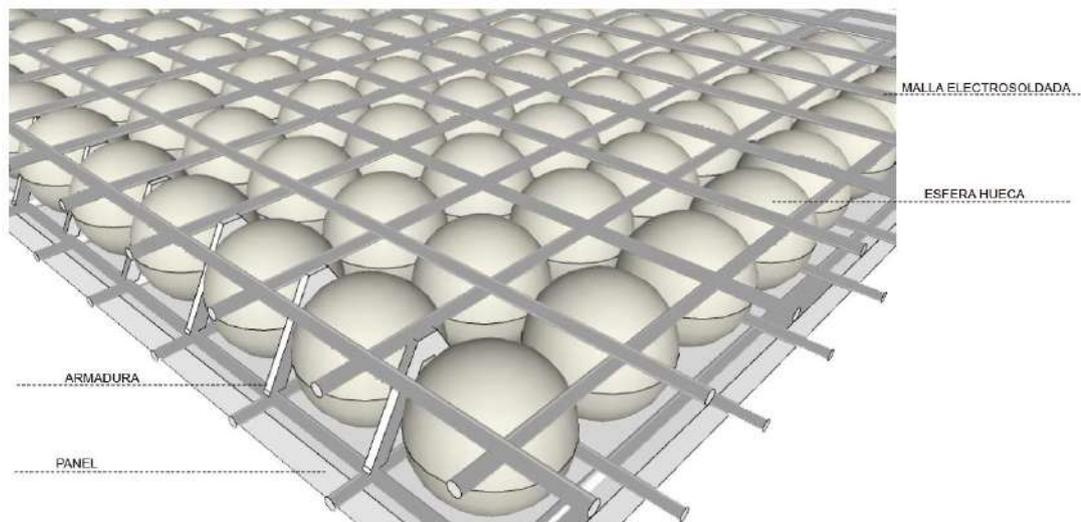
Ilustración: 56 Zonificación

Fuente: María F. Travez

Elaboración: María F. Travez

Sistema constructivo

El sistema Bubbledeck se comporta como una losa maciza y tiene ventajas como reducir vigas, columnas que permite que el mercado tenga grandes espacios para diferentes actividades al igual que ahorra la cantidad de hormigón que se utiliza en una losa convencional. (Structuralia Blog, 2015)



*Ilustración: 57 Losa Bubbledeck
Fuente: Structuralia Blog
Elaboración: María F. Travez*

Materiales.

El mercado gastronómico tendrá materiales contemporáneos como el hormigón visto, vidrio, madera. La materialidad debe interactuar con la luz que también se aprecia como un elemento intangible del proyecto que da como resultado espacios poéticos de grandes luces de piso a techo.

Las técnicas constructivas empleadas en la fachada generan una armonía visual, al mismo tiempo el hormigón es un material que responde a la intemperie y con el paso del tiempo el material tiene un mejor acabado.



Render: 2 Materialidad
Fuente: María F. Travez
Elaboración: María F. Travez



Render: 3 Materialidad
Fuente: María F. Travez
Elaboración: María F. Travez

MATERIAL	
TIPO	COLOR
Hormigón visto gris	GRIS
Hormigón traslucido blanco	BLANCO
Barandilla de cristal laminado	TRANSPARENTE
Láminas de piso flotante color café español	CAFÉ OSCURO

Tabla: 8 Tabla de materiales
Elaboración: María F. Travez

Principios Ecológicos como estrategia.

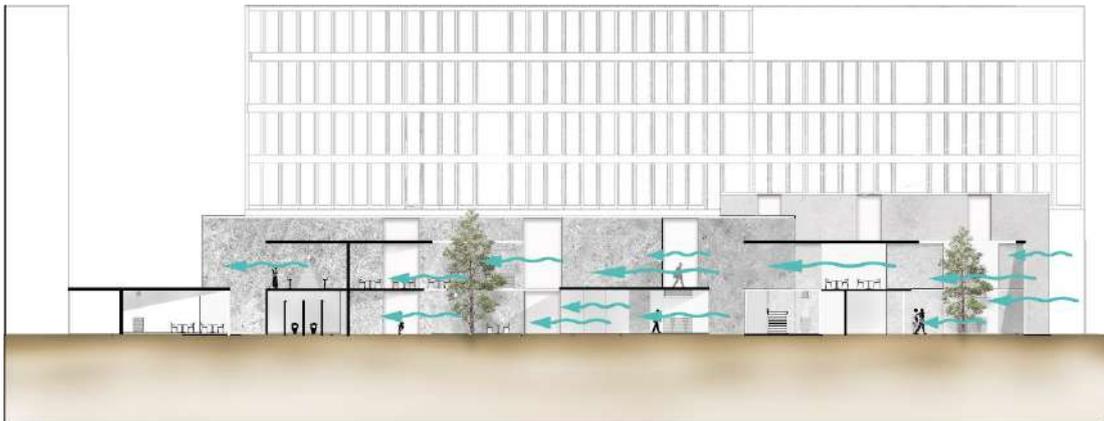


Ilustración: 58 Ventilación Natural
Fuente: María F. Travez
Elaboración: María F. Travez

Se toma como principal elemento de estrategia a la ventilación natural e iluminación natural que ayuda a climatizar el espacio con energía renovable.

El diseño del espacio interior es libre y esto ayuda a reducir el almacenamiento de la humedad y que la ventilación sea cruzada para mayor confort en verano que es la fecha con más radiación solar.

En invierno para poder contener el calor en el espacio interior se adaptan paredes móviles de cristal y estos tienen la función de contener la radiación e ir liberando durante la noche. El vidrio ayuda a seguir manteniendo la permeabilidad del proyecto con el contexto sin perder su concepto inicial.

CONCLUSIONES.

- La continuidad espacial es primordial para que el recorrido urbano sea dinámico para los usuarios que se encuentren en los equipamientos propuestos.
- Los espacios internos al ser flexibles proporcionan al usuario una mayor experiencia gastronómica y esto permite que las sensaciones percibidas sean distintas y gratificantes.
- La relación exterior – interior del equipamiento es permeable y esto permite al usuario tener visuales de la ciudad desde el interior del mercado generando interés por descubrir más sobre la Llacuna del Poblenu.
- Después de analizar las plazas, lugares donde la gente se reúne para comer, terrazas entre otros, se decide diseñar comedores públicos ya que los usuarios no disponen de un espacio para esta actividad complementaria de un mercado gastronómico.
- Actualmente el hormigón, el vidrio son los materiales más utilizados en la construcción y esto se debe que la materialidad ayuda a que el espacio sea percibido de una manera más pura.
- La iluminación y ventilación natural en el proyecto es evidente ya que, al diseñar los patios internos, los amplios vanos de piso a techo el ingreso del mismo es el adecuado para que el usuario se sienta en confort.

RECOMENDACIONES.

- Es esencial analizar referentes que tengan como función la articulación social con el espacio público ya que esa es la nueva dinámica que tienen los mercados al igual que ser un foco turístico.
- Se debe tomar en cuenta el contexto ya que este brinda los principios de diseño como alturas, plazas que continúen el espacio público aledaño.

- Tener en cuenta el clima que posee el lugar a intervenir para poder diseñar con sistemas pasivos activos como la ventilación natural e iluminación. El mercado tiene patios internos que tienen la principal función de ventilación cruzada e iluminación.
- Tener en cuenta el sistema constructivo a aplicarse en el diseño y función de los espacios ya que este es primordial para que un espacio funcione. En el mercado se usa sistema de muro portante ya que las paredes fijas están ubicadas de manera que el espacio interno pueda ser modificado dependiendo la necesidad del usuario.
- La materialidad aparto gran carácter del diseño de un espacio, por lo cual se ha tratado que el material sea puro para poder continuar con el concepto inicial.

PRESUPUESTO

CODIGO	ACTIVIDADES	UNIDAD	CANTIDAD	P.U	P. TOTAL
1	OBRAS PREELIMINARES				
1.01	CERRAMIENTO PROVISIONAL H=2.4m CON LONA VERDE Y PINGOS	m2		4.92	4.92
1.02	LIMPIEZA MANUAL DEL TERRENO	m2		1.31	1.31
1.03	REPLANTEO Y NIVELACIÓN CON EQUIPO TOPOGRÁFICO	m2		1.65	1.65
2	MOVIMIENTO DE TIERRAS				
2.01	EXCAVACIÓN MANUAL EN CIMENTACIÓN (-1m)	m3	399.71	10.04	4.013,08
3	ESTRUCTURA				

3.01	ZAPATA CORRIDA DE HORMIGÓN ARMADO F'c=210kg/cm2	m3	730	120,92	88.271,60
3.02	MURO PORTANTE HORMIGON VISTO	m3	285,12	220,15	62.769,16
3.03	CONTRAPISO H.S F'C= 180 Kg/cm	m2	730	17,85	13.030,50
3.04	HORMIGÓN SIMPLE ESCALERAS, F'C= 210 Kg/cm2	m3	13,24	141,1	1.868,16
3.05	ESFERA DE PLASTICO	U	1000	0,4	400,00
3.06	MALLA ELECTROSOLDADA	m2	1020,6	4,63	4.725,37
3.07	ACERO DE REFUERZO A+36, INC MONTAJE	Kg	1020,6	3,08	3.143,44
4 PISOS Y CONTRAPISOS					
4.01	MASILLADO EN LOSA+ IMPERMEABILIZANTE , E= 3cm MORTERO 1:3	m2	1245,67	10,32	12.855,31
4.02	PISO FLOTANTE 8 mm	m2	919,42	15,16	13.938
5 INSTALACIONES SANITARIAS					
5.01	CAJA DE REVISION	U	11	118,75	1306,25
5.02	ACCESORIOS DE BAÑO	U	3	22,77	68,31
5.03	GRIFERIA PARA LAVAMANOS	U	7	32,04	224,28
5.04	CALEFON	U	1	622,67	622,67
5.05	TUBO DE PVC	m	69,49	3,7	257,11
6 INSTALACIONES ELECTRICAS					
6.01	TABLERO ELECTRICO	U	1	79,64	79,64

6.02	TUBO ELECTRICO CONDUIT EMT 3/4	m	56,61	1,79	101,33	
6.03	LUMINARIA TUBULAR TECHO	U	18	77,45	1433,89	
6.04	LUMIARIA RECTAGUNLAR	U	3	25,45	76,35	
6.05	LUMINARIA LED DE SUELO	m	39,79	27	1074,33	
6.06	INTERRUPTOR SIMPLE 10A - 110V	U	16	10,47	167,42	
					PRECIO TOTAL	210.426,21
					METROS	2
					TOTAL	1282,82
					1 m2=	165 USD

*Tabla: 9 Presupuesto
Elaboración: María F. Travez*

GLOSARIO.

Patio interno: “Se caracterizan por ser zonas descubiertas, localizadas en el interior de los edificios y con sus perímetros delimitados por paredes”. (Maiztegui, 2019)

Losa bubbledeck: Esta compuesta por una serie de burbujas de plástico hueco, que funciona como losa maciza y genera un gran ahorro en las construcciones.

Eje: “Un eje, aunque es imaginario, es un elemento primordial para delimitar espacios que implican simetría, equilibrio entre otros”. (Arquiste, 2018)

Fachada viva: Se caracterizan por llevar la actividad de las plazas hacia las fachadas generando continuidad en el espacio. Y que estos espacios sean más dinámicos.

Muro portante: Muro diseñado para resistir combinaciones de cortantes, momentos y fuerzas axiales. Un muro de cortante es un muro estructural.

Energía renovable: Son aquellas que se basan en la utilización de recursos naturales como el sol, el agua, biomasa como el fin de ahorra la energía eléctrica y generar menos contaminación.

BIBLIOGRAFÍA

(s.f.). Obtenido de <https://es.wikiarquitectura.com/edificio/mercado-santa-catarina/>

(15 de abril de 2015). Obtenido de Blogspot:
<http://epifaniaarquitectonica.blogspot.com/2015/04/arquitectura-de-se-le-llama-espacio.html>

ABC CATALUÑA. (05 de 01 de 2009). Obtenido de https://www.abc.es/espana/catalunya/abci-60por-ciento-lugares-culto-barcelona-religiones-minoritarias-200901050300-912254789019_noticia.html

Afasia. (junio de 2012). *hic arquitectura*. Obtenido de <http://hicarquitectura.com/2012/06/m-de-mercado-concurso-mercado-de-la-laguna/>

Albelo, J. (2 de enero de 2015). *Croma culta*. Obtenido de <https://www.cromacultura.com/tipos-de-museos/>

architecs, k. (19 de octubre de 2017). *plataforma arquitectura*. Obtenido de <https://www.plataformaarquitectura.cl/cl/881936/mercado-estacion-baltica-koko-architects>

Arquitecte. (mayo de 2018). Obtenido de
<https://lomejordeldisenoenlaarquitectura.wordpress.com/2018/05/17/primer-entrada-del-blog/>

ARQUITECTOS, K. (19 de mayo de 2017). *Arch daily*. Obtenido de
<https://www.archdaily.pe/pe/871484/finalistas-concurso-mercado-el-ermitano-en-independencia-lima-unku-fruna>

Ayuntamiento de Barcelona. (s.f.). Obtenido de
<https://ajuntament.barcelona.cat/mercats/es/canal/historia-dels-mercats>

barcelona.cat. (s.f.). Obtenido de
<https://lameva.barcelona.cat/culturapopular/es/fiestas-y-tradiciones/fiesta-mayor-de-la-verneda-sant-marti>

Barceloneta market. (17 de Diciembre de 2015). *DEARQ*. Obtenido de
<http://www.redalyc.org/pdf/3416/341645612014.pdf>

Bonells, J. E. (10 de 12 de 2016). *Jardines sin fronteras*. Obtenido de
<https://jardinessinfronteras.com/2016/12/10/arquitectura-y-espacio-publico-urbano/>

Coronado, M. C. (diciembre de 2010). *Apuntes revista original de arquitectura*.
Obtenido de
<http://apuntesdearquitecturadigital.blogspot.com/2010/12/plazas-de-mercado-una-tradicion.html>

Espacio arquitectónico. (2018). *ARQHYS*. Obtenido de <https://www.arqhys.com/el-espacio-arquitectonico.html>

Forqués, N. (21 de febrero de 2016). la flexibilidad en la arquitectura. *revista mito*. Obtenido de <http://revistamito.com/la-flexibilidad-en-la-arquitectura/>

Freire, C. (s.f.). *Casa de la Cultura Ecuatoriana Benjamín Carrion: Un breve análisis*. Quito, Pichincha, Ecuador.

Gálvez, R. (s.f.). *Catalunya construye*. Obtenido de <http://catalunyaconstruye.com/pdf/MercadoBarceloneta07.pdf>

Genero, B. (23 de septiembre de 2014). *emprende cultura*. Obtenido de <https://emprendecultura.net/2014/09/los-espacios-culturales-y-los-sistemas-de-informacion-cultural/>

hualpa, p. (octubre de 2016). *Prezi*. Obtenido de <https://prezi.com/nfgcxopdu67a/espacios-servidos-y-servidores/>

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICA . (s.f.). Obtenido de https://www.bcn.cat/estadistica/castella/documents/districtes/10_SantMarti_2019.pdf

Maiztegui, B. (19 de septiembre de 2019). *plataforma arquitectura*. Obtenido de <https://www.plataformaarquitectura.cl/cl/tag/patio-interior>

Melendo, A. (27 de enero de 2011). *wikanda*. Obtenido de https://www.wikanda.es/wiki/Galer%C3%ADa_de_arte

Quintero, L. A. (junio de 2015). *Dinámica y encaje urbano*. Barcelona. Obtenido de <https://core.ac.uk/download/pdf/41821450.pdf>

Sandoval, K. M. (febrero de 2014). *Biblioteca usac*. Obtenido de http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/02/02_3745.pdf

Structuralia Blog. (6 de octubre de 2015). Obtenido de <https://blog.structuralia.com/el-revolucionario-sistema-bubbledeck>

Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo. (s.f.). Obtenido de http://cidecame.uaeh.edu.mx/lcc/mapa/PROYECTO/libro11/11_la_cultura.html

wikiarquitectura. (s.f.). Obtenido de <https://es.wikiarquitectura.com/edificio/mercado-santa-catarina/#>

ZICLA. (s.f.). Obtenido de <https://www.zicla.com/blog/movilidad-urbana-en-barcelona/>

ANEXOS



UNIVERSIDAD UTE
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y URBANISMO

PROYECTO DE TITULACIÓN

DISEÑO ARQUITECTÓNICO DE UN MERCADO GASTRONÓMICO UBICADO EN EL DISTRITO EN LA LLACUNA DEL POBLENOU DE LA CIUDAD DE BARCELONA, ESPAÑA.

ALUMNO:

TRAVEZ CALVACHI
MARÍA FERNANDA

DIRECTOR/A DE TESIS:

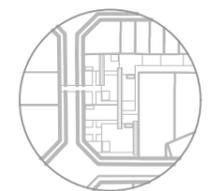
ARQ. WILLIAM JÁCOME TERÁN MSC

UBICACIÓN DEL PROYECTO:

PAÍS	CIUDAD	BARRIO
ESPAÑA	BARCELONA	POBLENOU



UBICACIÓN DENTRO DEL PROYECTO:



TEMA:

PLANOS ARQUITECTÓNICOS

CONTENIDO:

IMPLANTACIÓN

ORIENTACIÓN:



LAMINA:

01
DE 23

ESCALA:

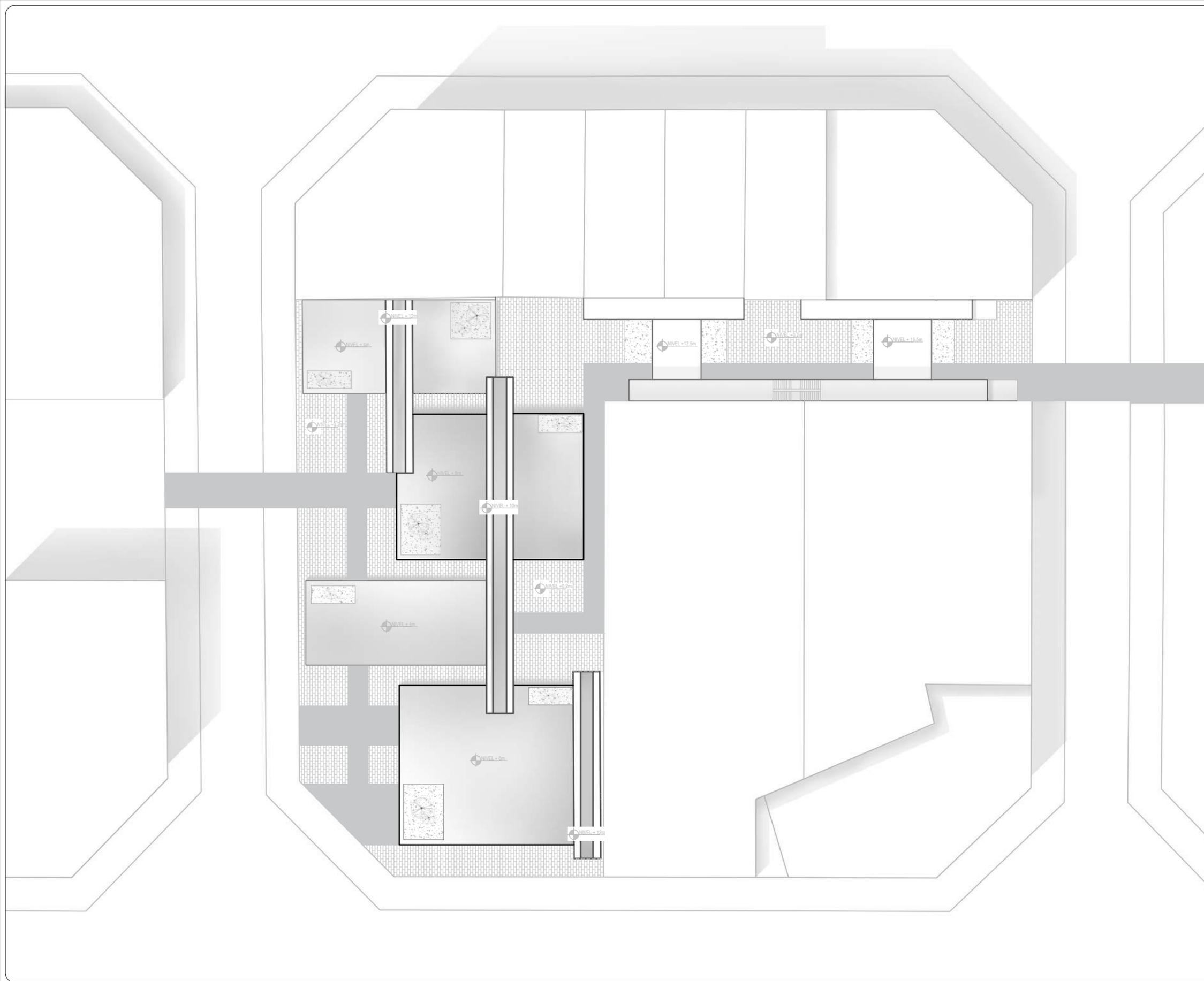
1:5000

FECHA:

20 DE MARZO 2020

REVISADO POR:

MSC. ARQ. WILLIAM JACOME





UNIVERSIDAD UTE
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y URBANISMO

PROYECTO DE TITULACIÓN

DISEÑO ARQUITECTÓNICO DE UN MERCADO GASTRONÓMICO UBICADO EN EL DISTRITO EN LA LLACUNA DEL POBLENOU DE LA CIUDAD DE BARCELONA, ESPAÑA.

ALUMNO:

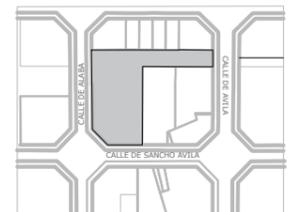
TRAVEZ CALVACHI
MARÍA FERNANDA

DIRECTOR/A DE TESIS:

ARQ. WILLIAM JÁCOME TERÁN MSC

UBICACIÓN DEL PROYECTO:

PAÍS	CIUDAD	BARRIO
ESPAÑA	BARCELONA	POBLENOU



UBICACIÓN DENTRO DEL PROYECTO:



TEMA:

PLANOS ARQUITECTÓNICOS

CONTENIDO:

PLANTA BAJA Y ALTA

ORIENTACIÓN:



LAMINA:

02
DE 23

ESCALA:

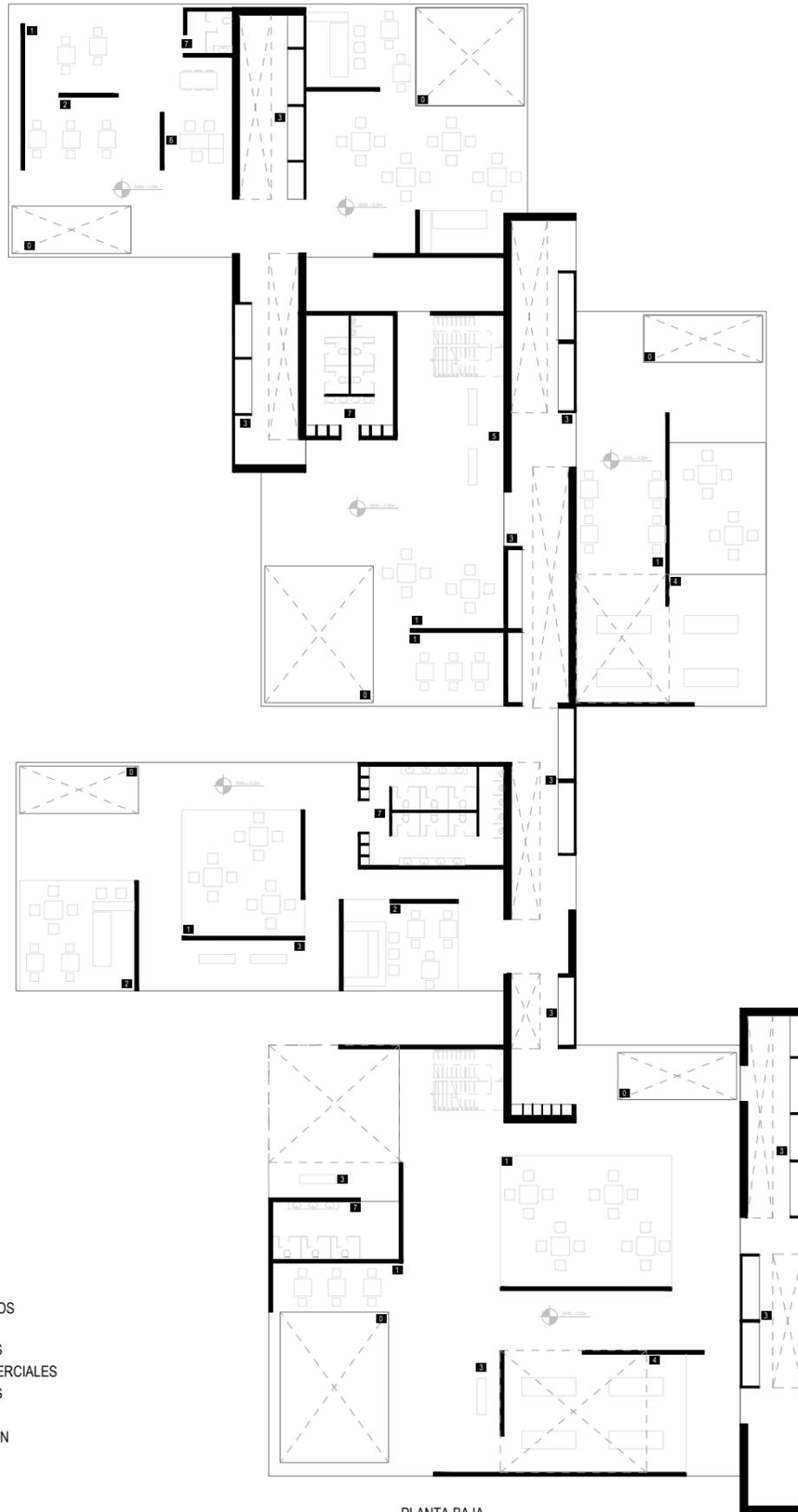
1/300

FECHA:

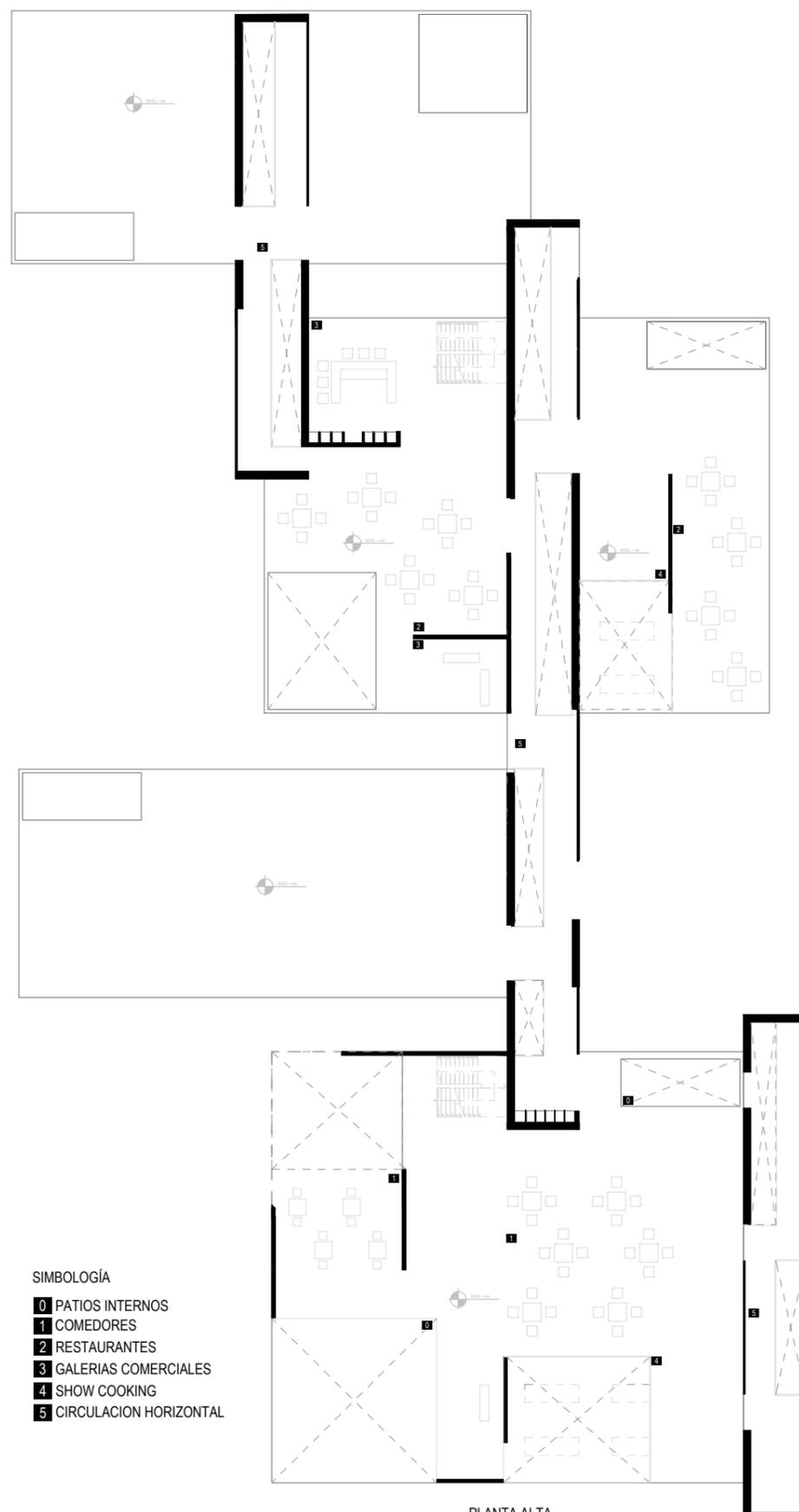
20 DE MARZO 2020

REVISADO POR:

MSC. ARQ. WILLIAM JACOME



PLANTA BAJA



PLANTA ALTA

SIMBOLOGÍA

- 0 PATIOS INTERNOS
- 1 COMEDORES
- 2 RESTAURANTES
- 3 GALERIAS COMERCIALES
- 4 SHOW COOKING
- 5 INFORMACIÓN
- 6 ADMINISTRACIÓN
- 7 BAÑOS

SIMBOLOGÍA

- 0 PATIOS INTERNOS
- 1 COMEDORES
- 2 RESTAURANTES
- 3 GALERIAS COMERCIALES
- 4 SHOW COOKING
- 5 CIRCULACION HORIZONTAL



UNIVERSIDAD UTE
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y URBANISMO

PROYECTO DE TITULACIÓN

DISEÑO ARQUITECTÓNICO DE UN MERCADO GASTRONÓMICO UBICADO EN EL DISTRITO EN LA LLACUNA DEL POBLENOU DE LA CIUDAD DE BARCELONA, ESPAÑA.

ALUMNO:

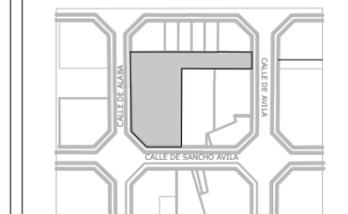
TRAVEZ CALVACHI
MARÍA FERNANDA

DIRECTOR/A DE TESIS:

ARQ. WILLIAM JÁCOME TERÁN MSC

UBICACIÓN DEL PROYECTO:

PAÍS	CIUDAD	BARRIO
ESPAÑA	BARCELONA	POBLENOU



UBICACIÓN DENTRO DEL PROYECTO:



TEMA:

PLANOS ARQUITECTÓNICOS

CONTENIDO:

SECCIONES

ORIENTACIÓN:



LAMINA:

03
DE 23

ESCALA:

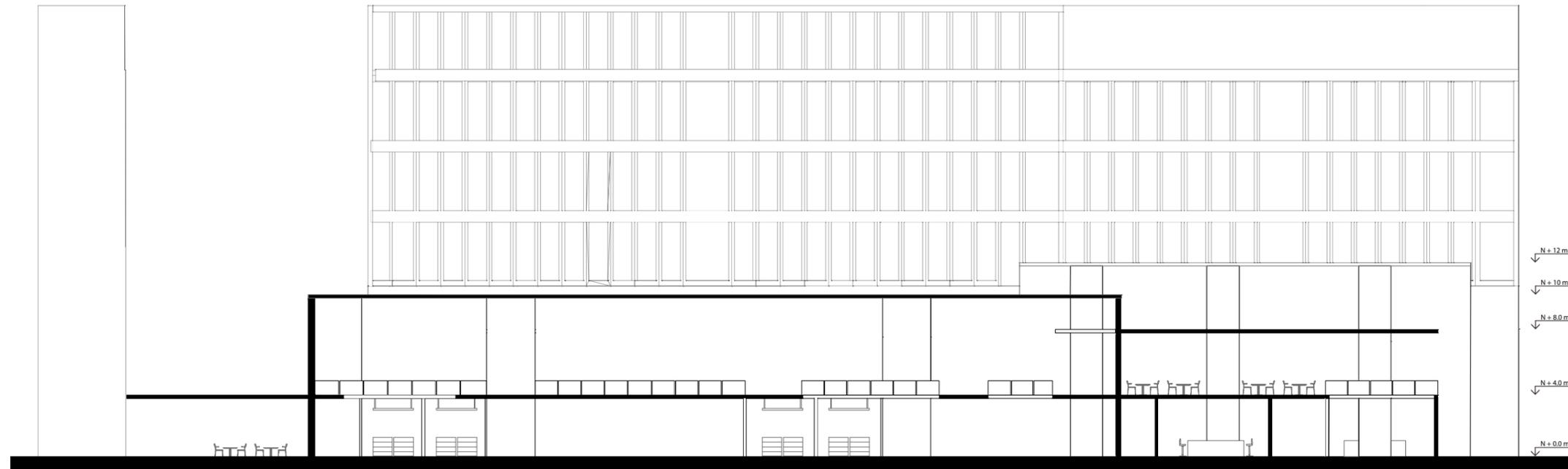
INDICADAS

FECHA:

20 DE MARZO 2020

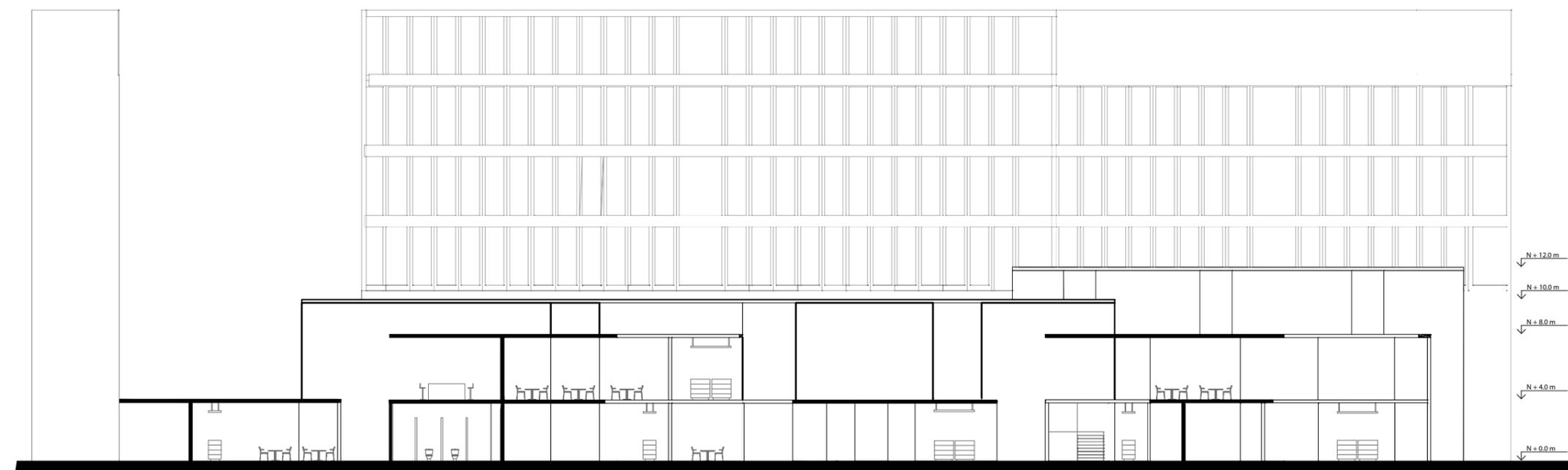
REVISADO POR:

MSC. ARQ. WILLIAM JACOME



SECCIÓN A - A'

N+12m
N+10m
N+8.0m
N+4.0m
N+0.0m



SECCIÓN B - B'

N+12.0m
N+10.0m
N+8.0m
N+4.0m
N+0.0m



UNIVERSIDAD UTE
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y URBANISMO

PROYECTO DE TITULACIÓN

DISEÑO ARQUITECTÓNICO DE UN MERCADO
GASTRONÓMICO UBICADO EN EL DISTRITO
EN LA LLACUNA DEL POBLENOU DE
LA CIUDAD DE BARCELONA, ESPAÑA.

ALUMNO:

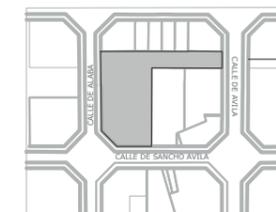
TRAVEZ CALVACHI
MARÍA FERNANDA

DIRECTOR/A DE TESIS:

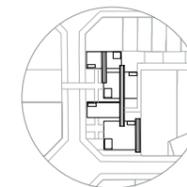
ARQ. WILLIAM JÁCOME TERÁN MSC

UBICACIÓN DEL PROYECTO:

PAÍS	CIUDAD	BARRIO
ESPAÑA	BARCELONA	POBLENOU



UBICACIÓN DENTRO DEL PROYECTO:



TEMA:

PLANOS ARQUITECTÓNICOS

CONTENIDO:

PLANTA BAJA Y ALTA

ORIENTACIÓN:



LAMINA:

04
DE 23

ESCALA:

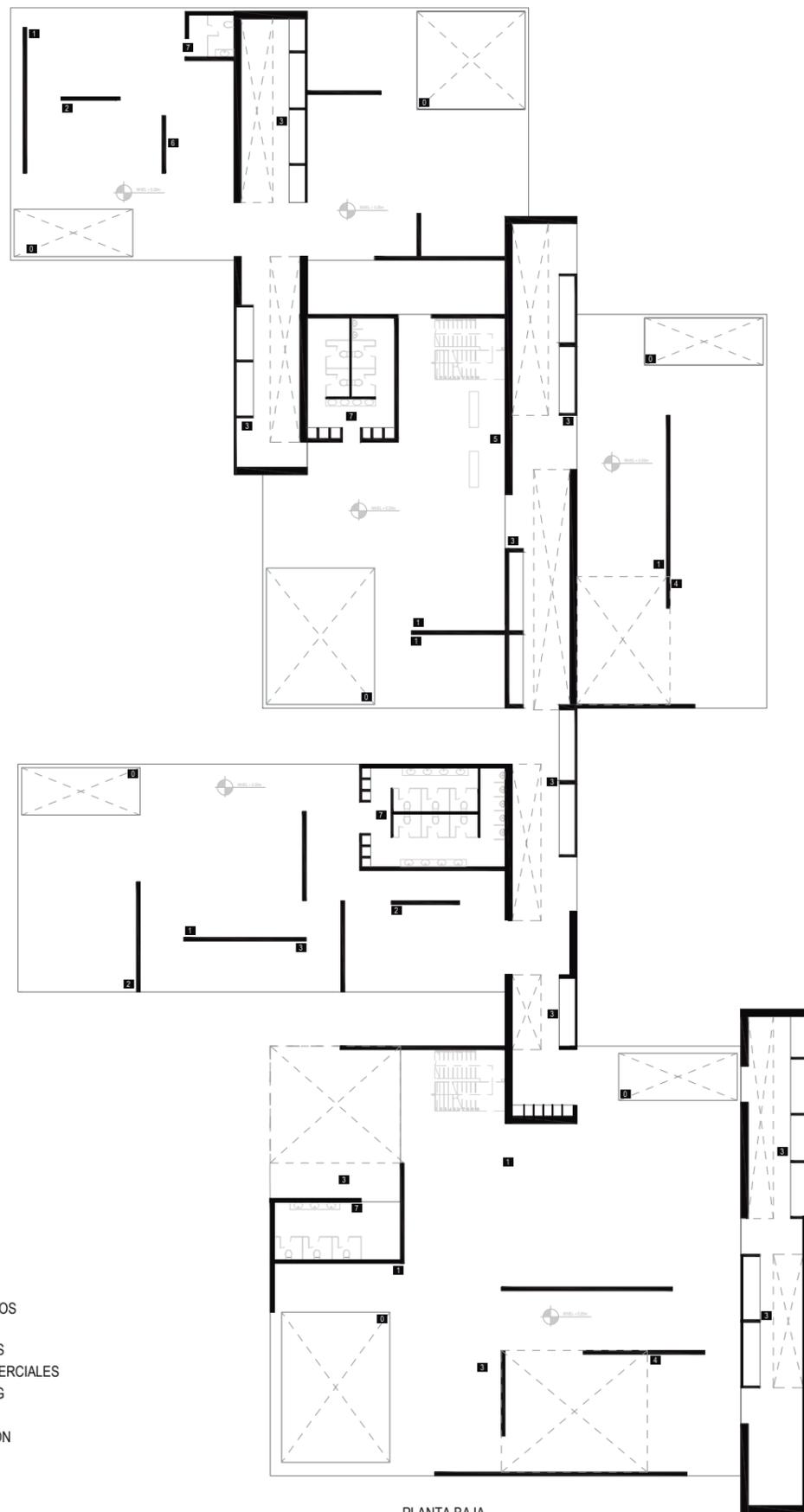
1/300

FECHA:

20 DE MARZO 2020

REVISADO POR:

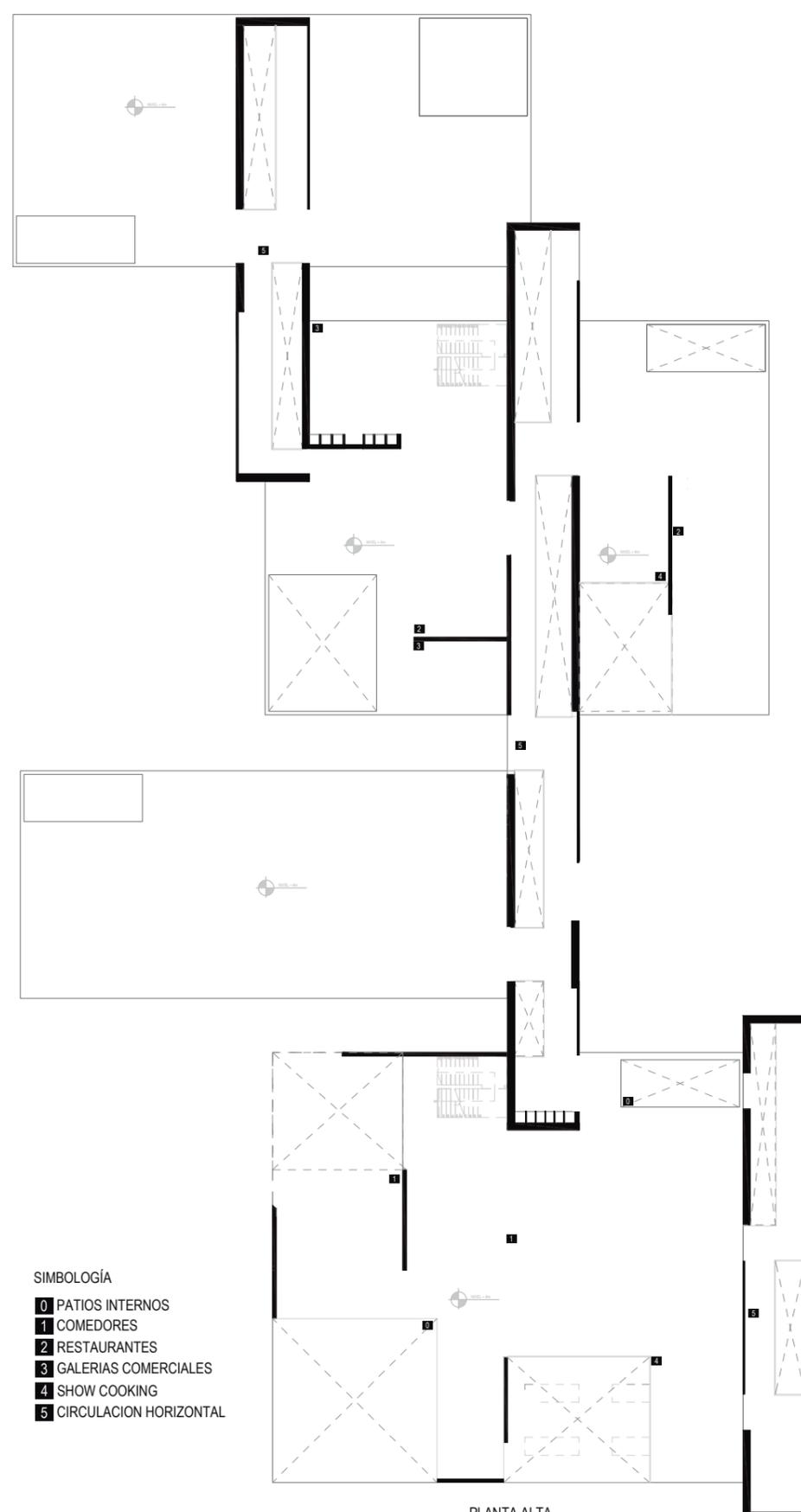
MSC. ARQ. WILLIAM JACOME



PLANTA BAJA

SIMBOLOGÍA

- 0 PATIOS INTERNOS
- 1 COMEDORES
- 2 RESTAURANTES
- 3 GALERIAS COMERCIALES
- 4 SHOW COOKING
- 5 INFORMACIÓN
- 6 ADMINISTRACIÓN
- 7 BAÑOS



PLANTA ALTA

SIMBOLOGÍA

- 0 PATIOS INTERNOS
- 1 COMEDORES
- 2 RESTAURANTES
- 3 GALERIAS COMERCIALES
- 4 SHOW COOKING
- 5 CIRCULACION HORIZONTAL



UNIVERSIDAD UTE
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y URBANISMO

PROYECTO DE TITULACIÓN

DISEÑO ARQUITECTÓNICO DE UN MERCADO
GASTRONÓMICO UBICADO EN EL DISTRITO
EN LA LLACUNA DEL POBLENOU DE
LA CIUDAD DE BARCELONA, ESPAÑA.

ALUMNO:

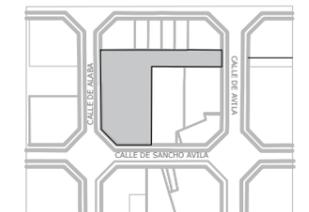
TRAVEZ CALVACHI
MARÍA FERNANDA

DIRECTOR/A DE TESIS:

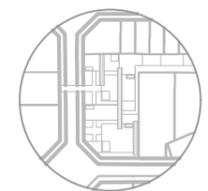
ARQ. WILLIAM JÁCOME TERÁN MSC

UBICACIÓN DEL PROYECTO:

PAÍS	CIUDAD	BARRIO
ESPAÑA	BARCELONA	POBLENOU



UBICACIÓN DENTRO DEL PROYECTO:



TEMA:

PLANOS ELÉCTRICOS

CONTENIDO:

PLANO DE LUMINARIAS PB

ORIENTACIÓN:



LAMINA:

5
DE 23

ESCALA:

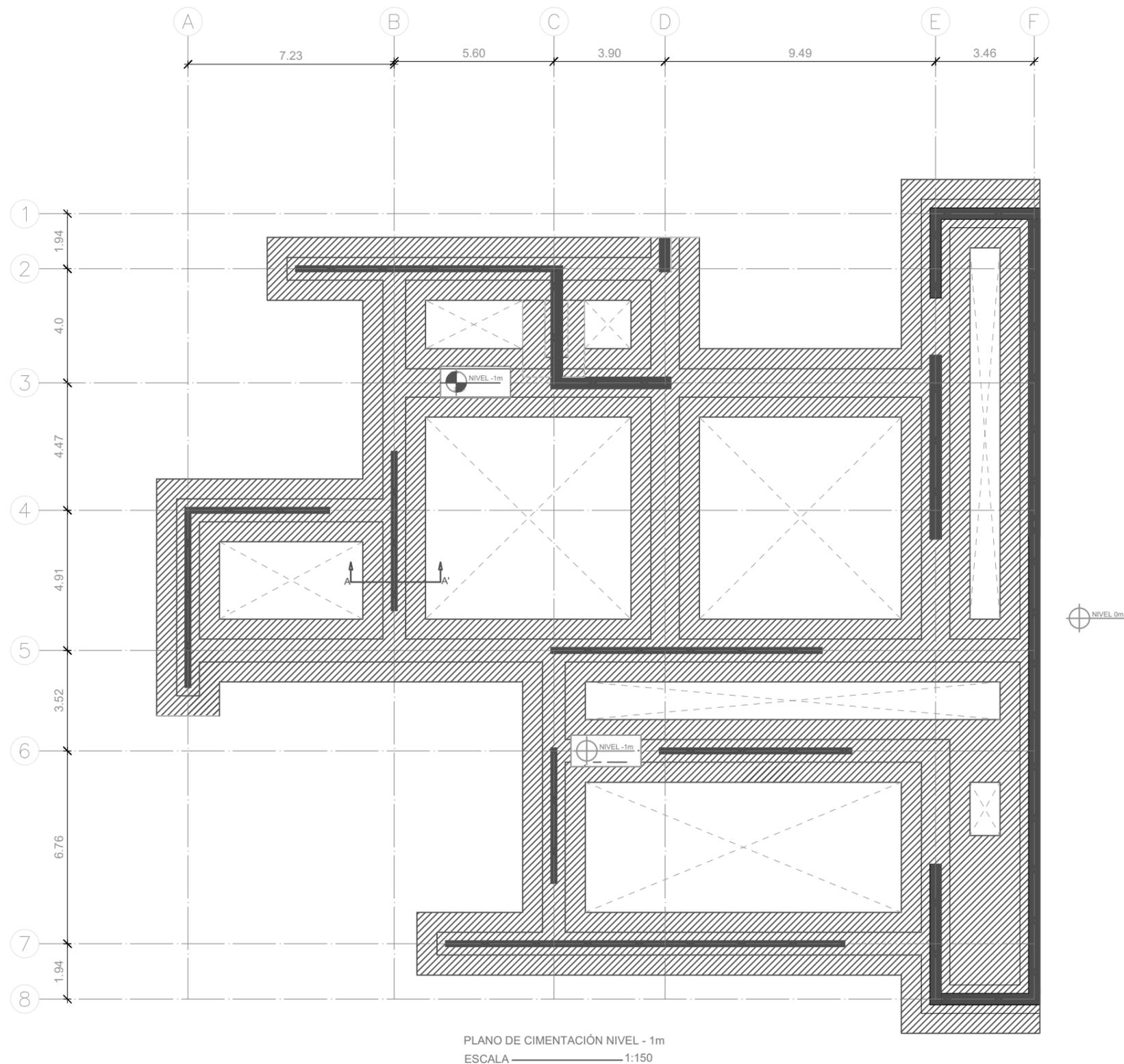
INDICADAS

FECHA:

20 DE MARZO 2020

REVISADO POR:

MSC. ARQ. WILLIAM JACOME



PLANO DE CIMENTACIÓN NIVEL - 1m
ESCALA 1:150



UNIVERSIDAD UTE
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y URBANISMO

PROYECTO DE TITULACIÓN

DISEÑO ARQUITECTÓNICO DE UN MERCADO GASTRONÓMICO UBICADO EN EL DISTRITO EN LA LLACUNA DEL POBLENOU DE LA CIUDAD DE BARCELONA, ESPAÑA.

ALUMNO:

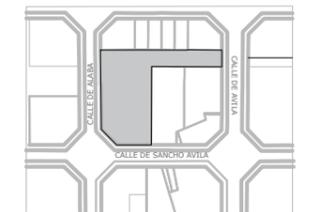
TRAVEZ CALVACHI
MARÍA FERNANDA

DIRECTOR/A DE TESIS:

ARQ. WILLIAM JÁCOME TERÁN MSC

UBICACIÓN DEL PROYECTO:

PAÍS	CIUDAD	BARRIO
ESPAÑA	BARCELONA	POBLENOU



UBICACIÓN DENTRO DEL PROYECTO:



TEMA:

PLANOS ELÉCTRICOS

CONTENIDO:

PLANO DE LUMINARIAS P1

ORIENTACIÓN:



LAMINA:

6
DE 23

ESCALA:

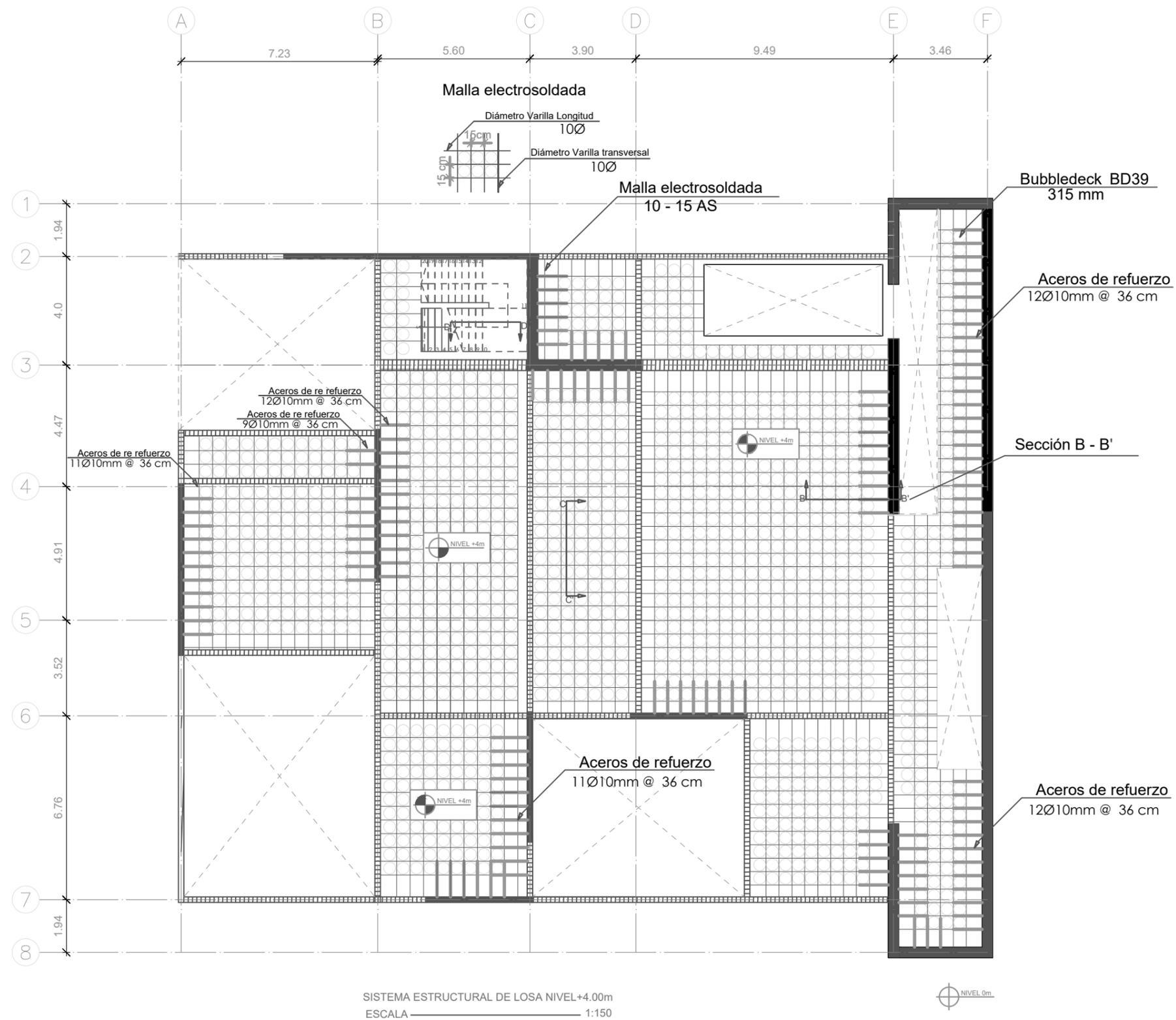
INDICADAS

FECHA:

20 DE MARZO 2020

REVISADO POR:

MSC. ARQ. WILLIAM JACOME





UNIVERSIDAD UTE
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y URBANISMO

PROYECTO DE TITULACIÓN

DISEÑO ARQUITECTÓNICO DE UN MERCADO GASTRONÓMICO UBICADO EN EL DISTRITO EN LA LLACUNA DEL POBLENOU DE LA CIUDAD DE BARCELONA, ESPAÑA.

ALUMNO:

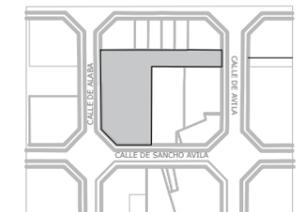
TRAVEZ CALVACHI
MARÍA FERNANDA

DIRECTOR/A DE TESIS:

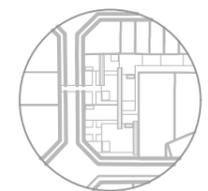
ARQ. WILLIAM JÁCOME TERÁN MSC

UBICACIÓN DEL PROYECTO:

PAÍS	CIUDAD	BARRIO
ESPAÑA	BARCELONA	POBLENOU



UBICACIÓN DENTRO DEL PROYECTO:



TEMA:

PLANOS ELÉCTRICOS

CONTENIDO:

PLANO DE TOMACORRIENTES PB

ORIENTACIÓN:



LAMINA:

7
DE 23

ESCALA:

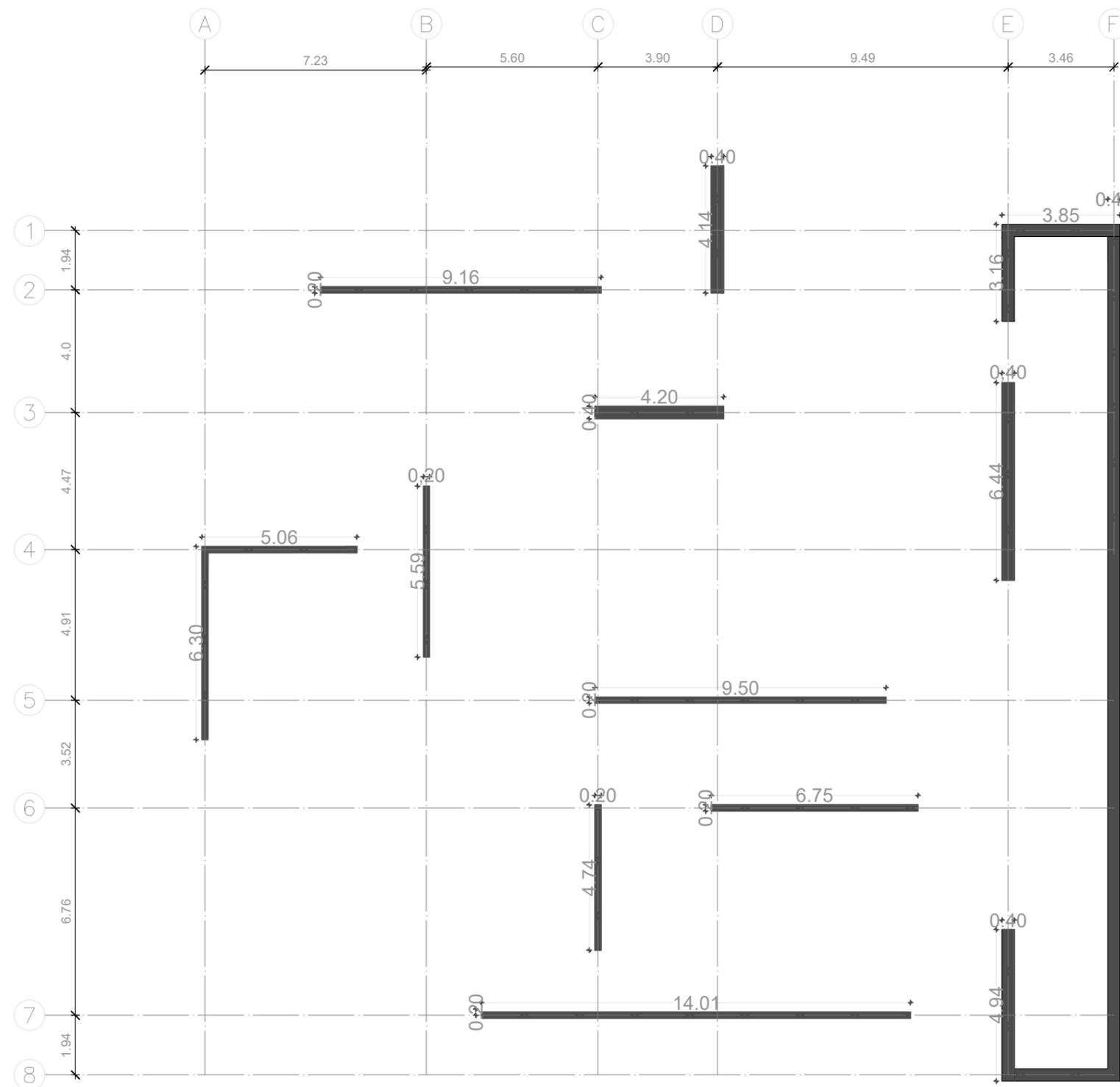
INDICADAS

FECHA:

20 DE MARZO 2020

REVISADO POR:

MSC. ARQ. WILLIAM JACOME



SISTEMA ESTRUCTURAL DE MUROS PORTANTES PB
ESCALA 1:150



UNIVERSIDAD UTE
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y URBANISMO

PROYECTO DE TITULACIÓN

DISEÑO ARQUITECTÓNICO DE UN MERCADO
GASTRONÓMICO UBICADO EN EL DISTRITO
EN LA LLACUNA DEL POBLENOU DE
LA CIUDAD DE BARCELONA, ESPAÑA.

ALUMNO:

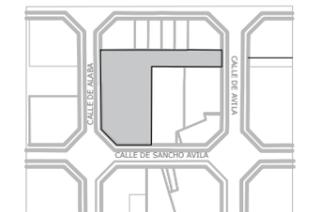
TRAVEZ CALVACHI
MARÍA FERNANDA

DIRECTOR/A DE TESIS:

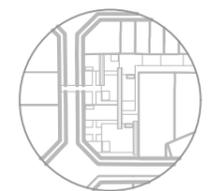
ARQ. WILLIAM JÁCOME TERÁN MSC

UBICACIÓN DEL PROYECTO:

PAÍS	CIUDAD	BARRIO
ESPAÑA	BARCELONA	POBLENOU



UBICACIÓN DENTRO DEL PROYECTO:



TEMA:

PLANOS ELÉCTRICOS

CONTENIDO:

PLANO DE TOMACORRIENTES P1

ORIENTACIÓN:



LAMINA:

8
DE 23

ESCALA:

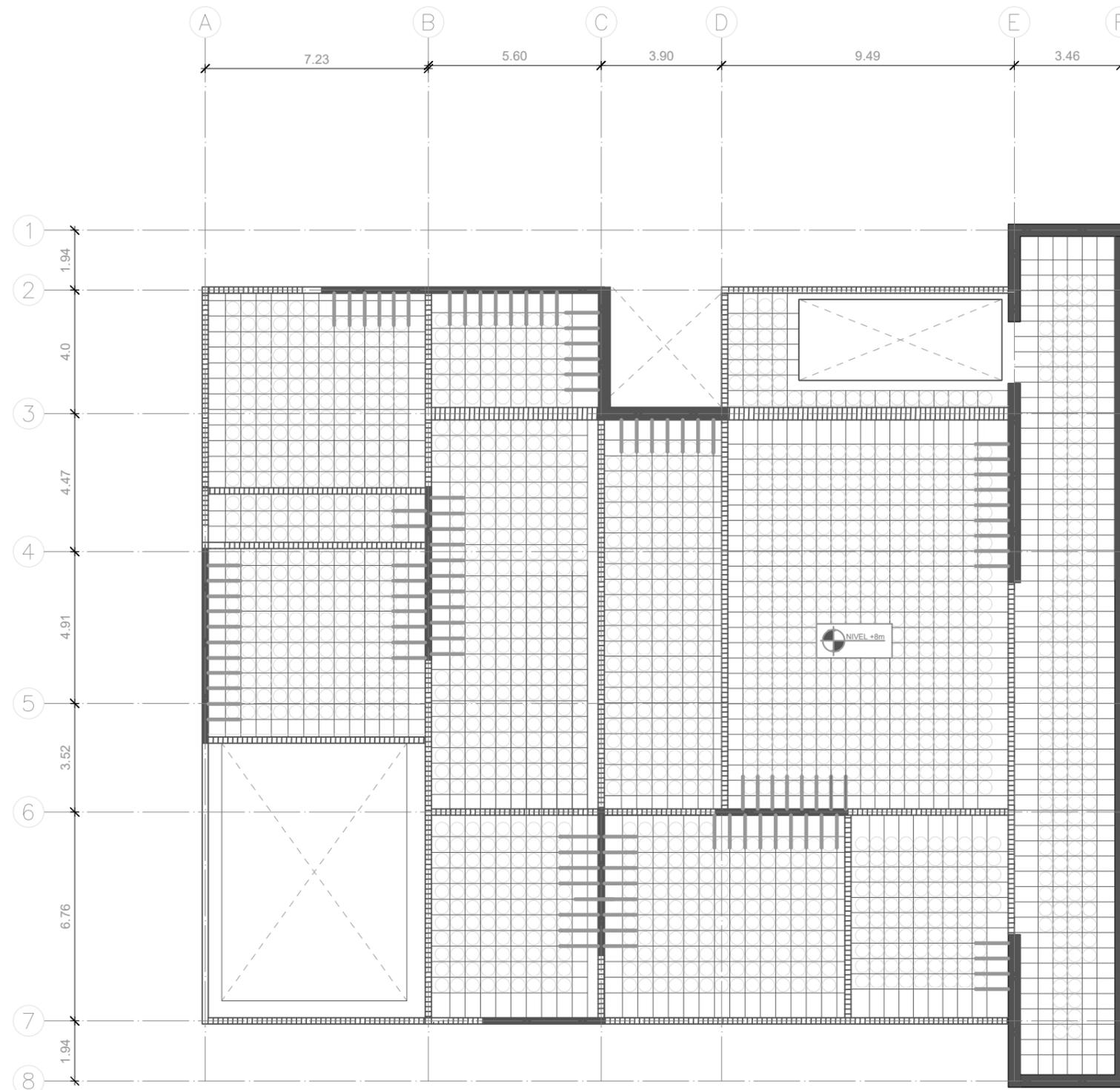
INDICADAS

FECHA:

20 DE MARZO 2020

REVISADO POR:

MSC. ARQ. WILLIAM JACOME



SISTEMA ESTRUCTURAL DE CUBIERTA NIVEL + 7.60m
ESCALA 1:150



UNIVERSIDAD UTE
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y URBANISMO

PROYECTO DE TITULACIÓN

DISEÑO ARQUITECTÓNICO DE UN MERCADO GASTRONÓMICO UBICADO EN EL DISTRITO EN LA LLACUNA DEL POBLENOU DE LA CIUDAD DE BARCELONA, ESPAÑA.

ALUMNO:

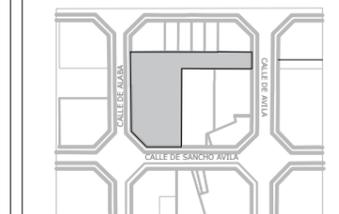
TRAVEZ CALVACHI
MARÍA FERNANDA

DIRECTOR/A DE TESIS:

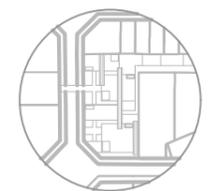
ARQ. WILLIAM JÁCOME TERÁN MSC

UBICACIÓN DEL PROYECTO:

PAÍS	CIUDAD	BARRIO
ESPAÑA	BARCELONA	POBLENOU



UBICACIÓN DENTRO DEL PROYECTO:



TEMA:

PLANOS ELÉCTRICOS

CONTENIDO:

RENDERS

ORIENTACIÓN:



LAMINA:

9
DE 23

ESCALA:

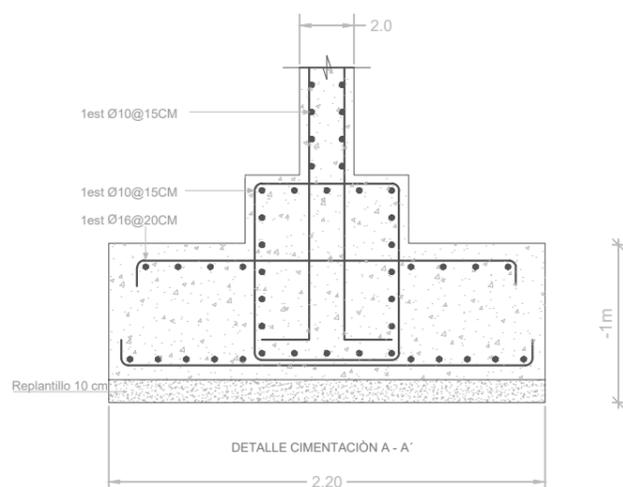
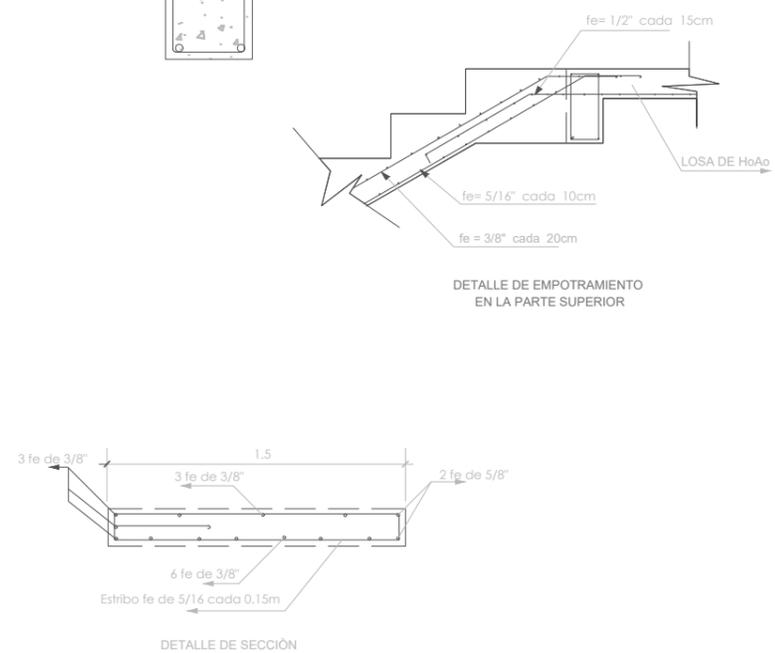
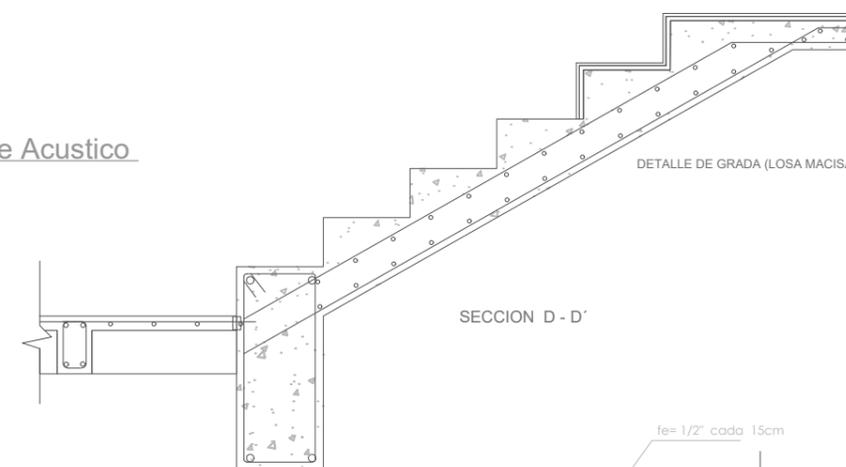
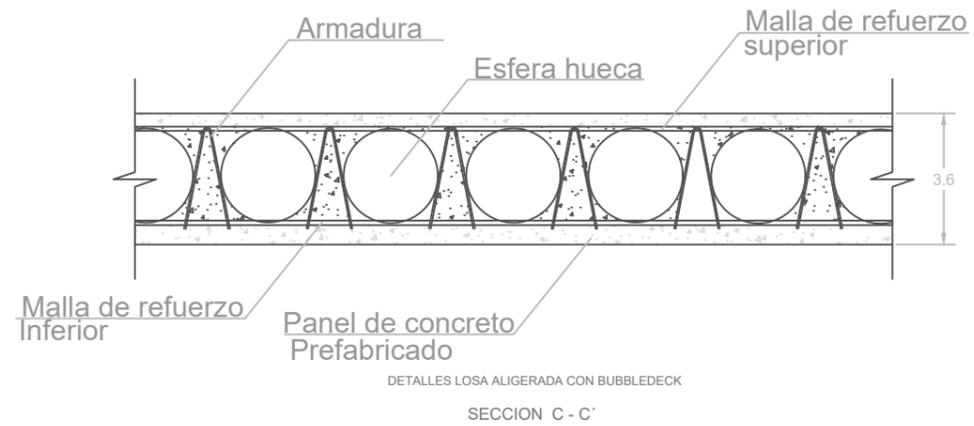
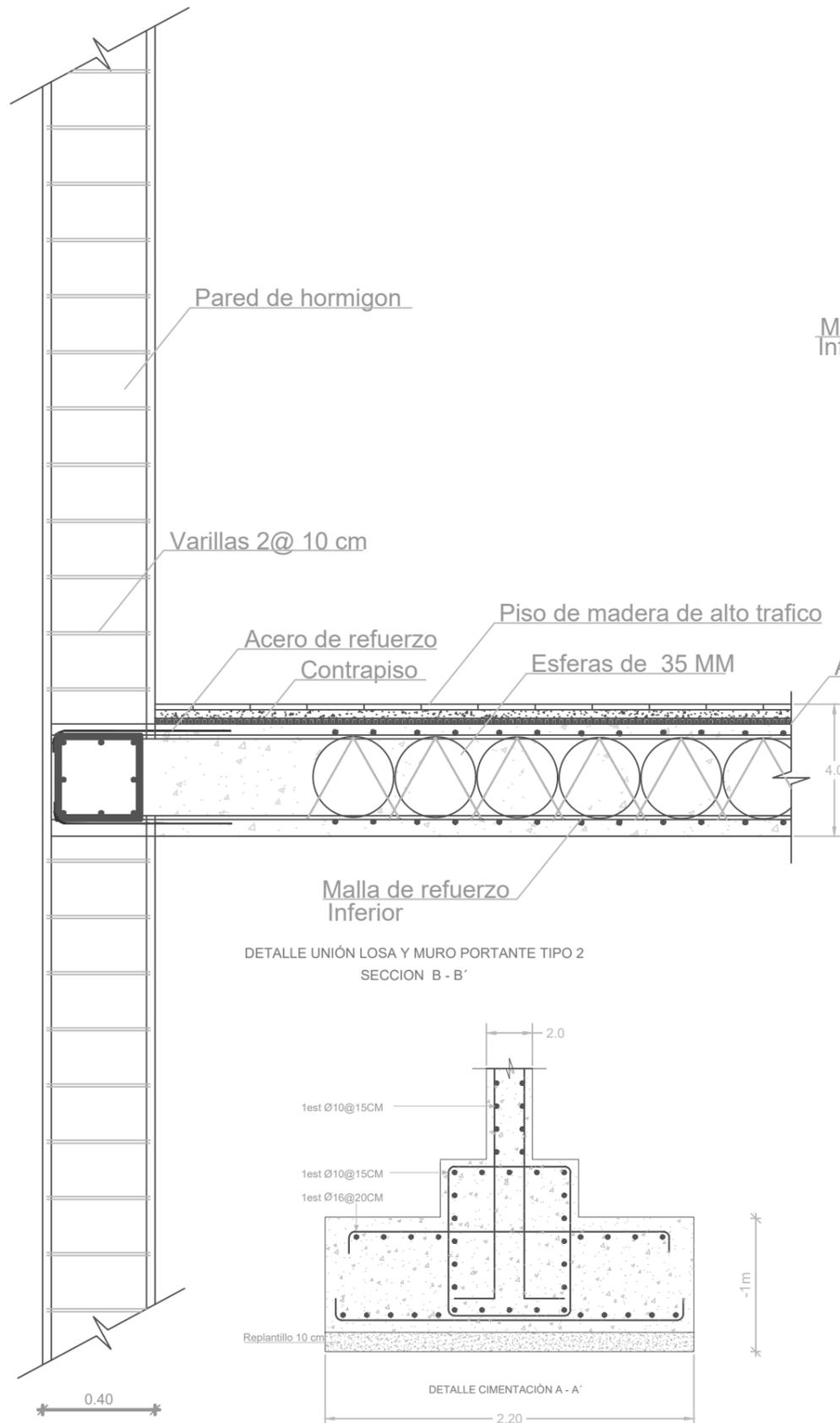
INDICADAS

FECHA:

20 DE MARZO 2020

REVISADO POR:

MSC. ARQ. WILLIAM JACOME





UNIVERSIDAD UTE
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y URBANISMO

PROYECTO DE TITULACIÓN

DISEÑO ARQUITECTÓNICO DE UN MERCADO GASTRONÓMICO UBICADO EN EL DISTRITO EN LA LLACUNA DEL POBLENOU DE LA CIUDAD DE BARCELONA, ESPAÑA.

ALUMNO:

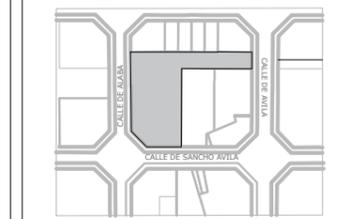
TRAVEZ CALVACHI
MARÍA FERNANDA

DIRECTOR/A DE TESIS:

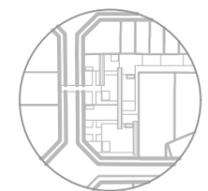
ARQ. WILLIAM JÁCOME TERÁN MSC

UBICACIÓN DEL PROYECTO:

PAÍS	CIUDAD	BARRIO
ESPAÑA	BARCELONA	POBLENOU



UBICACIÓN DENTRO DEL PROYECTO:



TEMA:

PLANOS ALCANTARILLADO

CONTENIDO:

PLANO DE LUMINARIAS PB

ORIENTACIÓN:



LAMINA:

10
DE 23

ESCALA:

INDICADAS

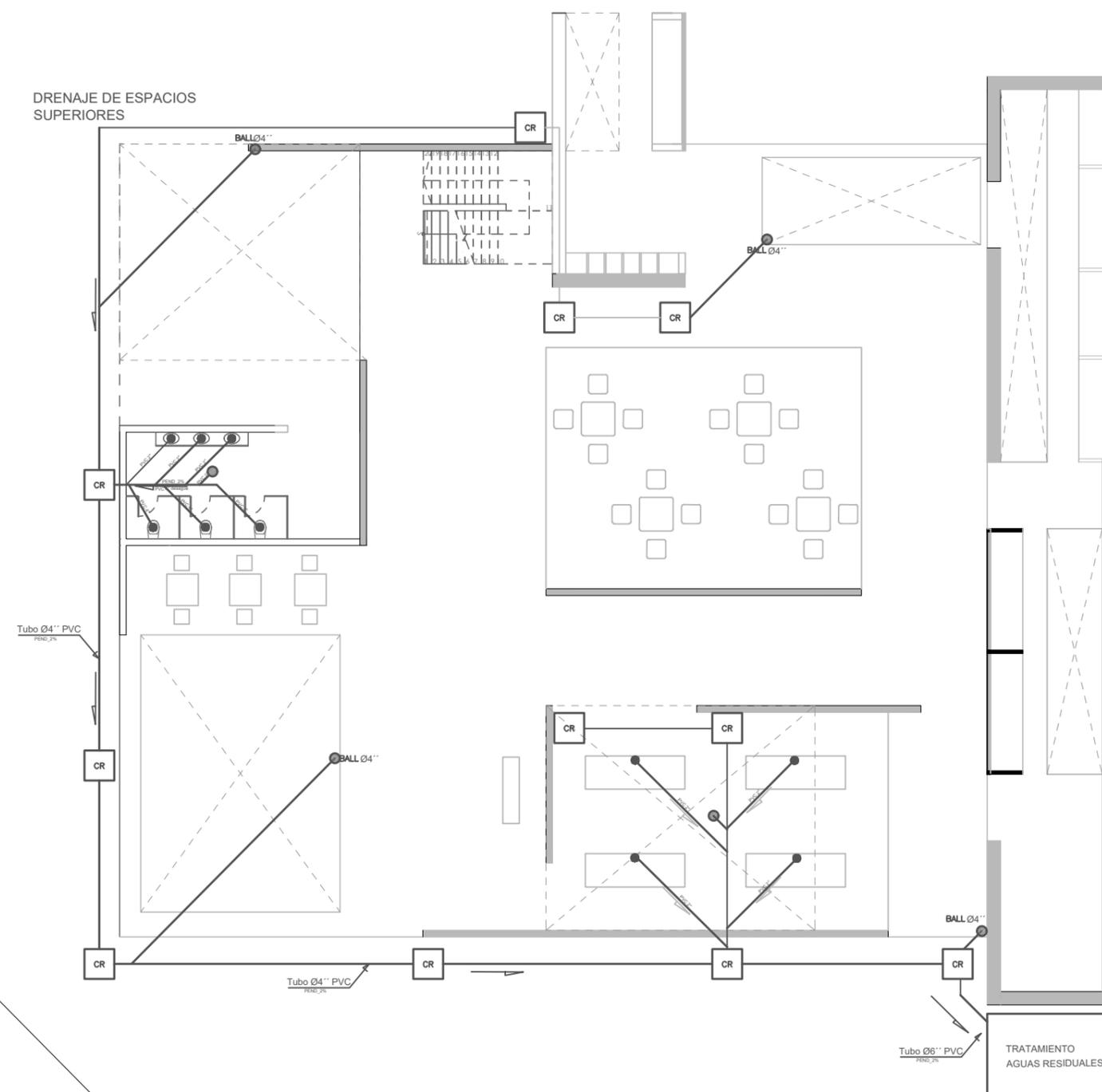
FECHA:

20 DE MARZO 2020

REVISADO POR:

ARQ. WILLIAM JÁCOME

DRENAJE DE ESPACIOS SUPERIORES



LEYENDA AGUAS SERVIDAS

	TUBERIA DE PVC SANITARIA TIPO DESAGUE (AGUAS SERVIDAS)
	TUBERIA DE PVC SANITARIA TIPO DESAGUE (AGUAS LLUVIA)
	PUNTO DE DESAGUE
	BAJANTE AGUAS LLUVIAS
	CAJA DE REVISION
	IDENTIFICACION Y DIRECCION DE LA TUBERIA

SISTEMA DE ALCANTARILLADO PB
ESCALA 1:150

DESCARGA AL ALCANTARILLADO



UNIVERSIDAD UTE
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y URBANISMO

PROYECTO DE TITULACIÓN

DISEÑO ARQUITECTÓNICO DE UN MERCADO GASTRONÓMICO UBICADO EN EL DISTRITO EN LA LLACUNA DEL POBLENOU DE LA CIUDAD DE BARCELONA, ESPAÑA.

ALUMNO:

TRAVEZ CALVACHI
MARÍA FERNANDA

DIRECTOR/A DE TESIS:

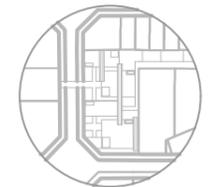
ARQ. WILLIAM JÁCOME TERÁN MSC

UBICACIÓN DEL PROYECTO:

PAÍS	CIUDAD	BARRIO
ESPAÑA	BARCELONA	POBLENOU



UBICACIÓN DENTRO DEL PROYECTO:



TEMA:

PLANOS ALCANTARILLADO

CONTENIDO:

PLANTA DE TRATAMIENTO DE AGUAS SERVIDAS

ORIENTACIÓN:



LAMINA:

11
DE 23

ESCALA:

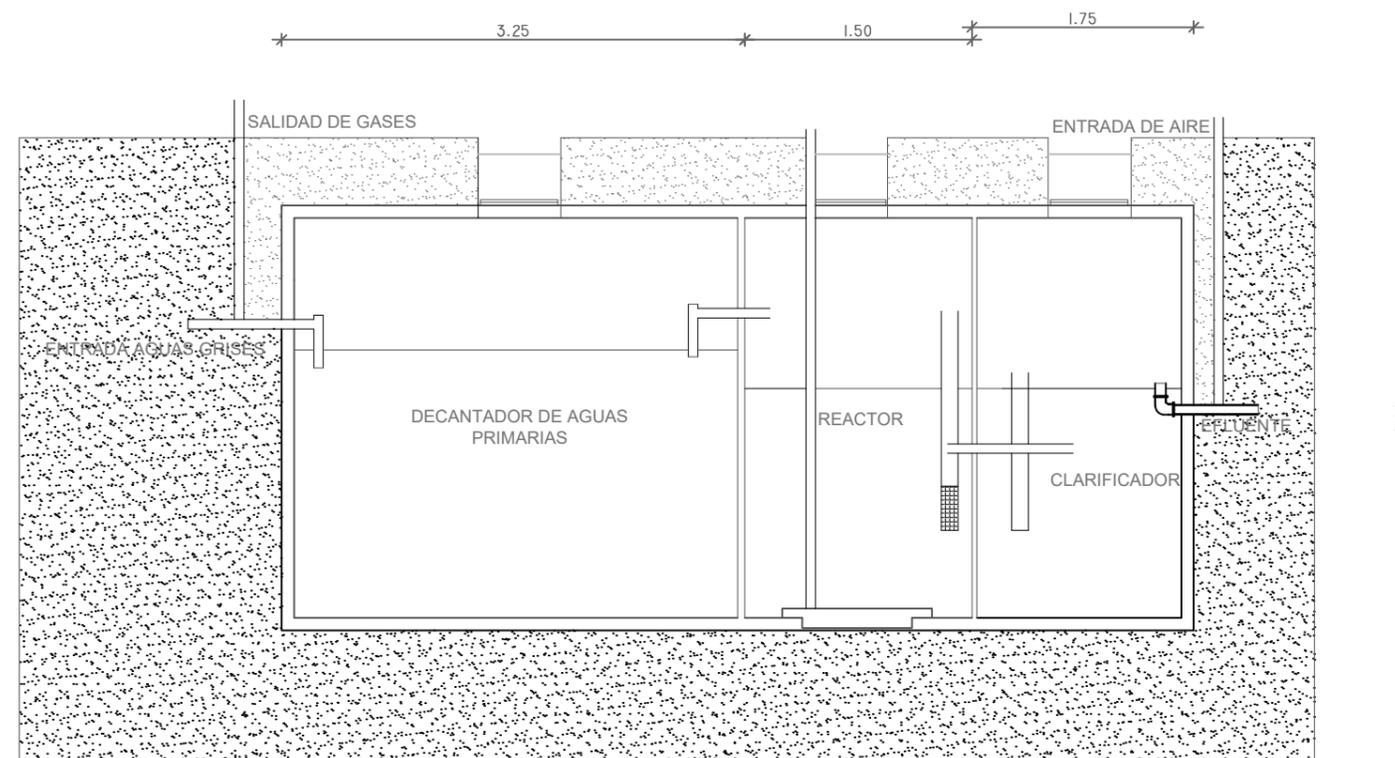
INDICADAS

FECHA:

20 DE MARZO 2020

REVISADO POR:

MSC. ARQ. WILLIAM JACOME



TRATAMIENTO DE AGUAS SERVIDAS
ESCALA ————— 1:75



UNIVERSIDAD UTE
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y URBANISMO

PROYECTO DE TITULACIÓN

DISEÑO ARQUITECTÓNICO DE UN MERCADO
GASTRONÓMICO UBICADO EN EL DISTRITO
EN LA LLACUNA DEL POBLENOU DE
LA CIUDAD DE BARCELONA, ESPAÑA.

ALUMNO:

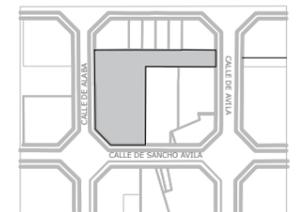
TRAVEZ CALVACHI
MARÍA FERNANDA

DIRECTOR/A DE TESIS:

ARQ. WILLIAM JÁCOME TERÁN MSC

UBICACIÓN DEL PROYECTO:

PAÍS	CIUDAD	BARRIO
ESPAÑA	BARCELONA	POBLENOU



UBICACIÓN DENTRO DEL PROYECTO:



TEMA:

PLANOS ALCANTARILLADO

CONTENIDO:

CUBIERTA

ORIENTACIÓN:



LAMINA:

12
DE 23

ESCALA:

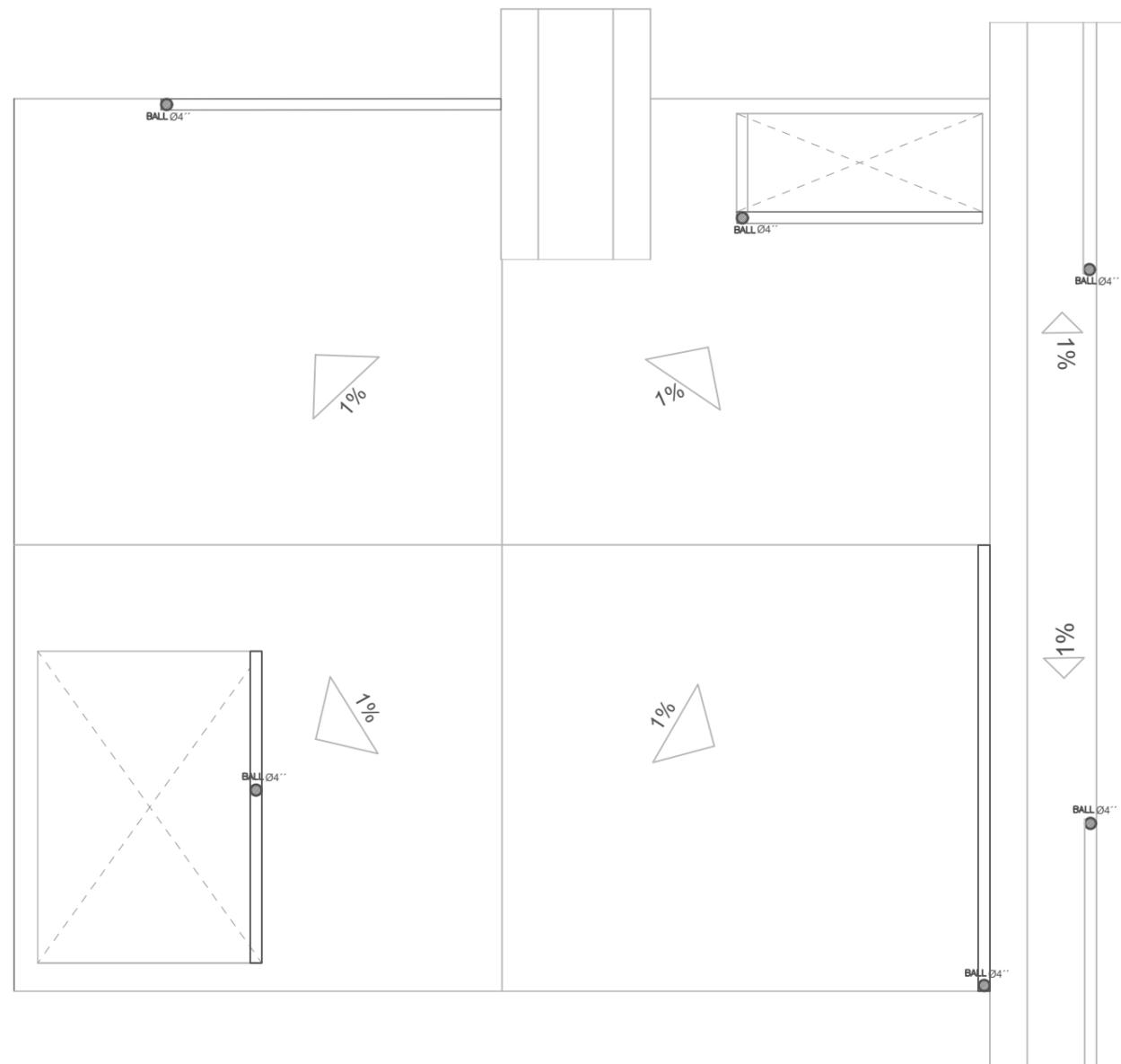
INDICADAS

FECHA:

20 DE MARZO 2020

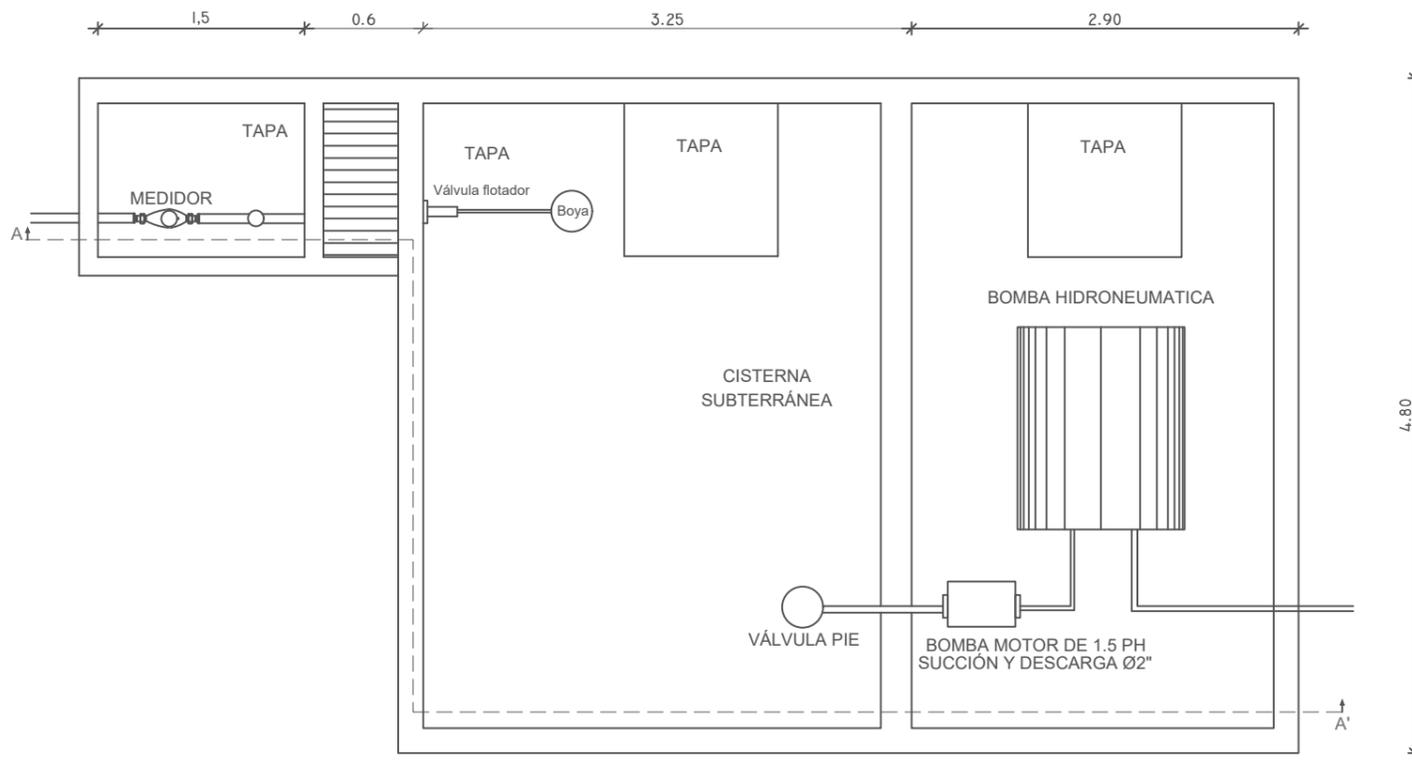
REVISADO POR:

ARQ. WILLIAM JÁCOME

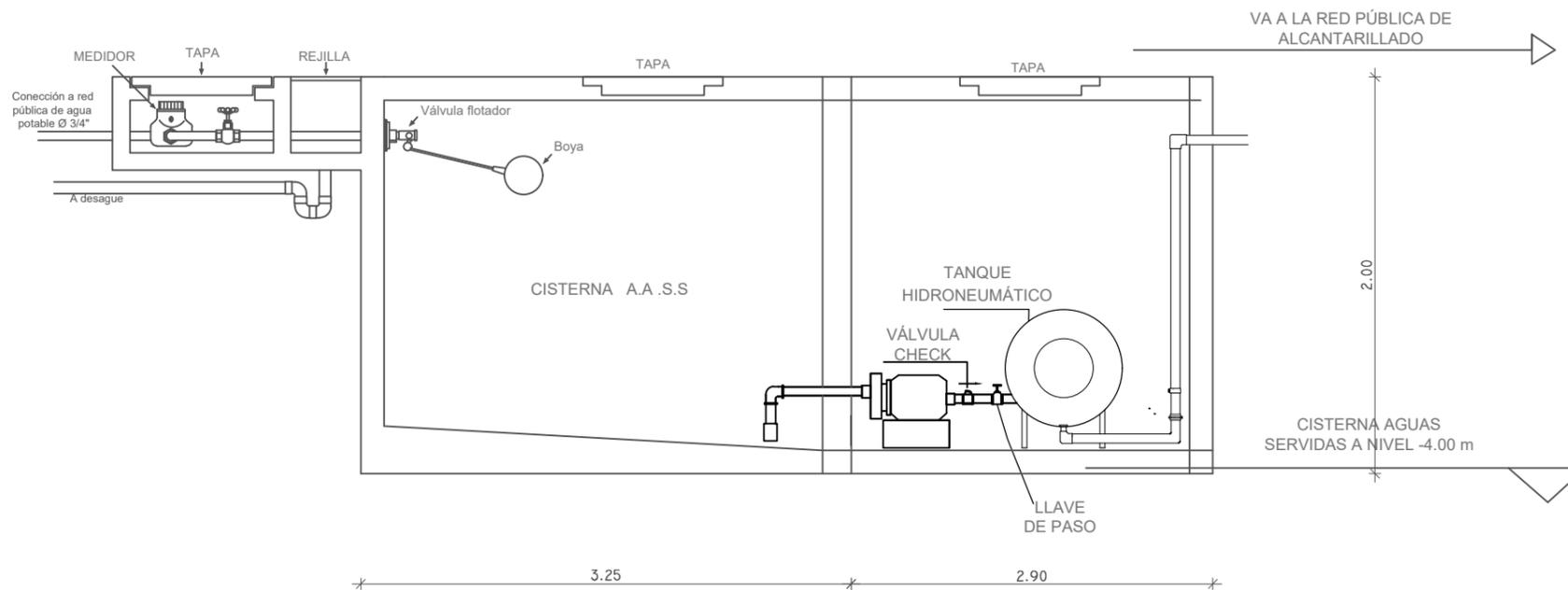


CUBIERTA DESAGUE DE AGUA LLUVIA
ESCALA 1:150

LEYENDA	
	CANALÓN OCULTO
	BAJANTE AGUAS LLUVIAS
	BAJANTE



TRATAMIENTO DE CISTERNA
ESCALA 1:75



SECCIÓN A - A'
ESCALA 1:75



UNIVERSIDAD UTE
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y URBANISMO

PROYECTO DE TITULACIÓN

DISEÑO ARQUITECTÓNICO DE UN MERCADO GASTRONÓMICO UBICADO EN EL DISTRITO EN LA LLACUNA DEL POBLENOU DE LA CIUDAD DE BARCELONA, ESPAÑA.

ALUMNO:

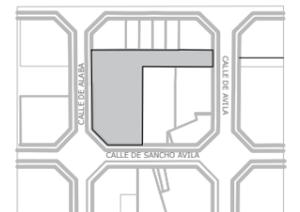
TRAVEZ CALVACHI
MARÍA FERNANDA

DIRECTOR/A DE TESIS:

ARQ. WILLIAM JÁCOME TERÁN MSC

UBICACIÓN DEL PROYECTO:

PAÍS	CIUDAD	BARRIO
ESPAÑA	BARCELONA	POBLENOU



UBICACIÓN DENTRO DEL PROYECTO:



TEMA:

PLANOS ALCANTARILLADO

CONTENIDO:

CISTERNA

ORIENTACIÓN:



LAMINA:

13
DE 23

ESCALA:

INDICADAS

FECHA:

20 DE MARZO 2020

REVISADO POR:

ARQ. WILLIAM JÁCOME



UNIVERSIDAD UTE
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y URBANISMO

PROYECTO DE TITULACIÓN

DISEÑO ARQUITECTÓNICO DE UN MERCADO GASTRONÓMICO UBICADO EN EL DISTRITO EN LA LLACUNA DEL POBLENOU DE LA CIUDAD DE BARCELONA, ESPAÑA.

ALUMNO:

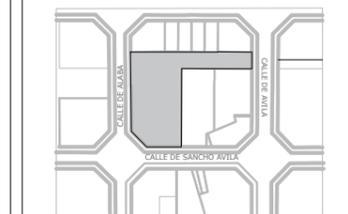
TRAVEZ CALVACHI
MARÍA FERNANDA

DIRECTOR/A DE TESIS:

ARQ. WILLIAM JÁCOME TERÁN MSC

UBICACIÓN DEL PROYECTO:

PAÍS	CIUDAD	BARRIO
ESPAÑA	BARCELONA	POBLENOU



UBICACIÓN DENTRO DEL PROYECTO:



TEMA:

PLANOS AGUA POTABLE

CONTENIDO:

PLANO DE LUMINARIAS PB

ORIENTACIÓN:



LAMINA:

14
DE 23

ESCALA:

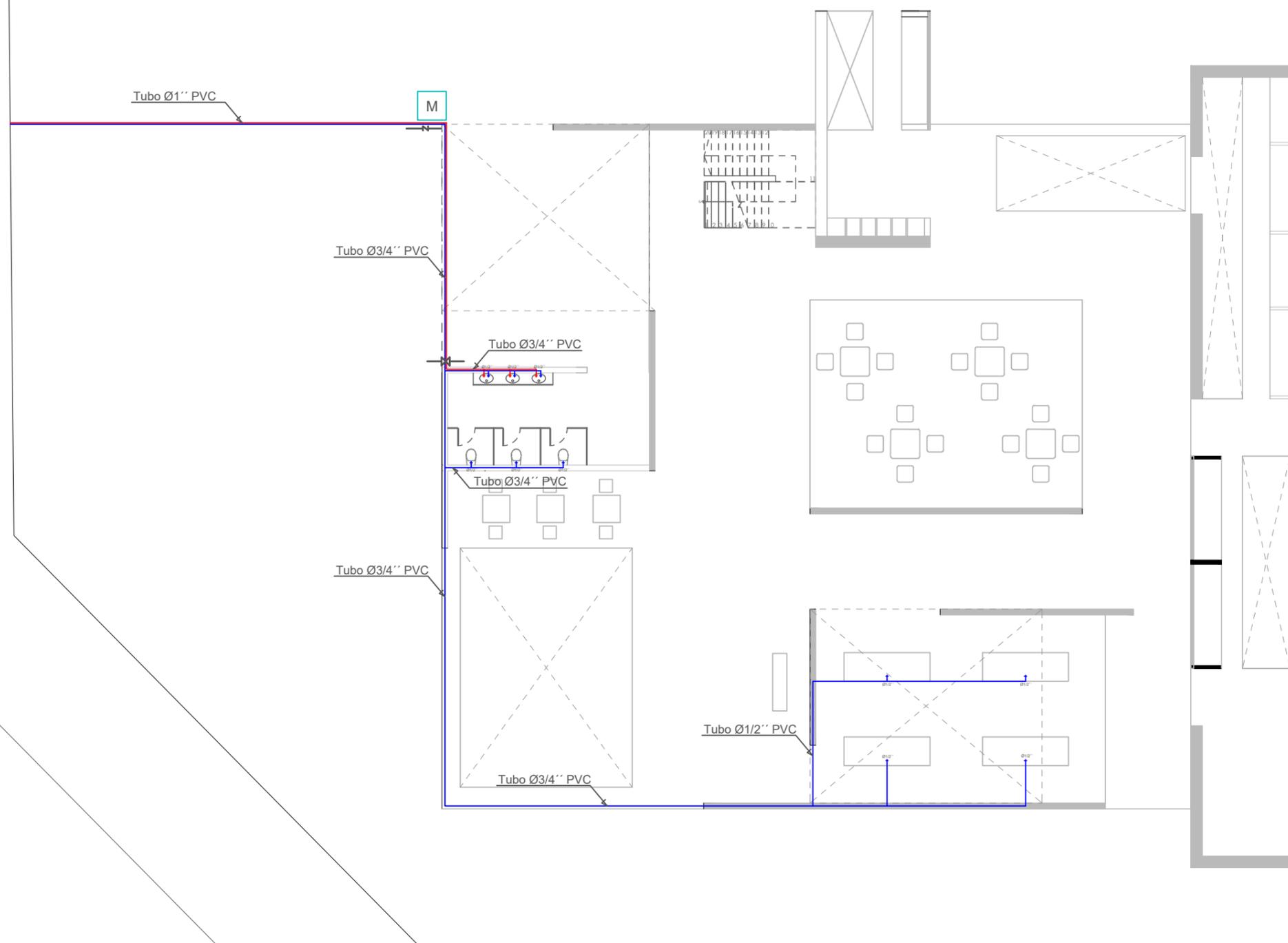
INDICADAS

FECHA:

20 DE MARZO 2020

REVISADO POR:

MSC. ARQ. WILLIAM JACOME



LEYENDA AGUA POTABLE

	TUBERIA DE PVC AGUA FRÍA
	TUBERIA DE PVC AGUA CALIENTE
	MEDIDOR
	LLAVE DE CONTROL
	VALVULA CHECK

SISTEMA DE AGUA POTABLE PB
ESCALA 1:150



UNIVERSIDAD UTE
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y URBANISMO

PROYECTO DE TITULACIÓN

DISEÑO ARQUITECTÓNICO DE UN MERCADO GASTRONÓMICO UBICADO EN EL DISTRITO EN LA LLACUNA DEL POBLENOU DE LA CIUDAD DE BARCELONA, ESPAÑA.

ALUMNO:

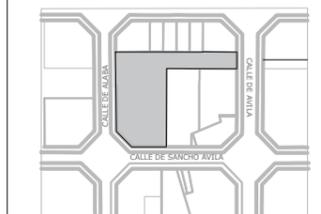
TRAVEZ CALVACHI
MARÍA FERNANDA

DIRECTOR/A DE TESIS:

ARQ. WILLIAM JÁCOME TERÁN MSC

UBICACIÓN DEL PROYECTO:

PAÍS	CIUDAD	BARRIO
ESPAÑA	BARCELONA	POBLENOU



UBICACIÓN DENTRO DEL PROYECTO:



TEMA:

PLANOS AGUA POTABLE

CONTENIDO:

DETALLE DE CALEFÓN ELÉCTRICO

ORIENTACIÓN:



LAMINA:

15
DE 23

ESCALA:

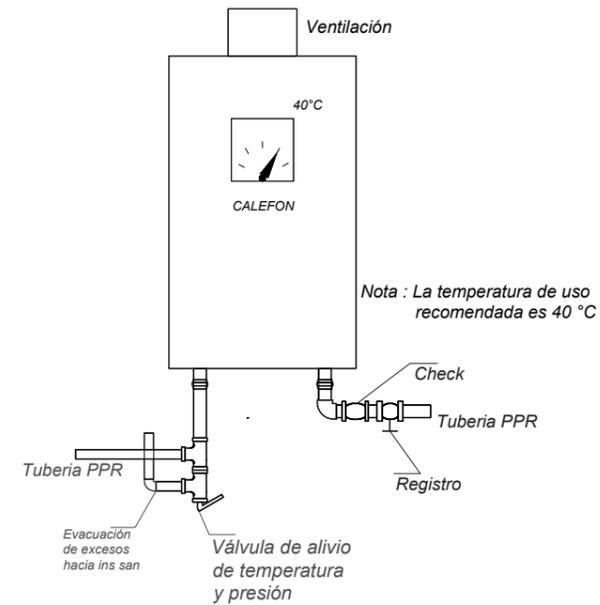
INDICADAS

FECHA:

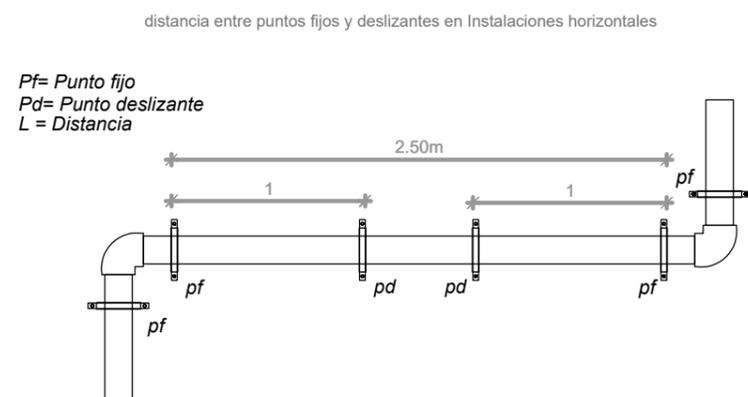
20 DE MARZO 2020

REVISADO POR:

MSC. ARQ. WILLIAM JACOME



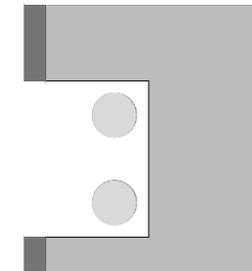
INSTALACIÓN DE CALEFON s/e



distancia entre puntos fijos y deslizantes en Instalaciones horizontales

INSTALACIÓN DE EMBEBIDAS

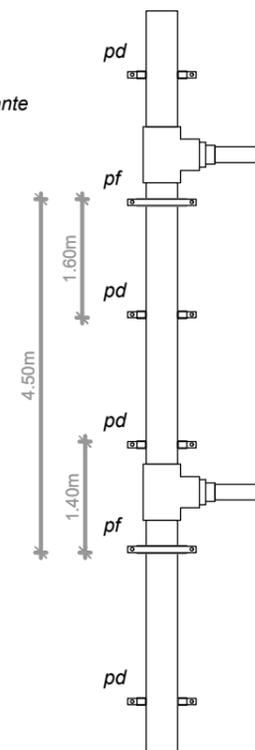
ESPACIAMIENTO ENTRE TUBERIA EMBEBIDAS TIPO PPR



de=diametro de tubo

distancia entre puntos fijos y deslizantes en Instalaciones Verticales

Pf= Punto fijo
Pd= Punto deslizante
L = Distancia





UNIVERSIDAD UTE
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y URBANISMO

PROYECTO DE TITULACIÓN

DISEÑO ARQUITECTÓNICO DE UN MERCADO GASTRONÓMICO UBICADO EN EL DISTRITO EN LA LLACUNA DEL POBLENOU DE LA CIUDAD DE BARCELONA, ESPAÑA.

ALUMNO:

TRAVEZ CALVACHI
MARÍA FERNANDA

DIRECTOR/A DE TESIS:

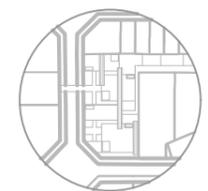
ARQ. WILLIAM JÁCOME TERÁN MSC

UBICACIÓN DEL PROYECTO:

PAÍS	CIUDAD	BARRIO
ESPAÑA	BARCELONA	POBLENOU



UBICACIÓN DENTRO DEL PROYECTO:



TEMA:

PLANOS ELÉCTRICOS

CONTENIDO:

PLANO DE LUMINARIAS PB

ORIENTACIÓN:



LAMINA:

16
DE 23

ESCALA:

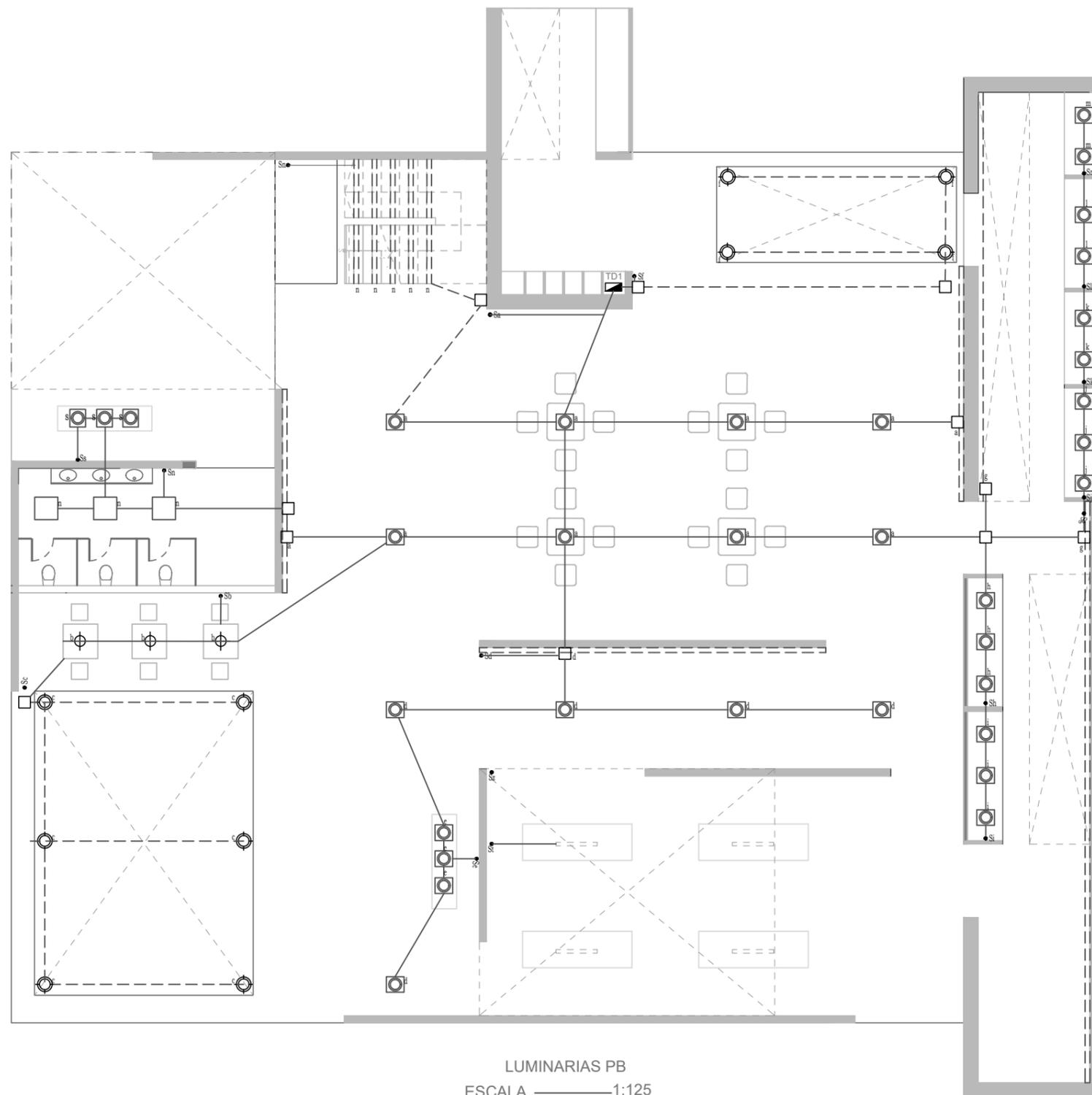
INDICADAS

FECHA:

20 DE MARZO 2020

REVISADO POR:

ARQ. FIDEL GAMBOA



LEYENDA	
Símbolo	Descripción
	Tablero eléctrico
	Tubo PVC 1/2 empotrable techo 3ALOG N 12
	Tubo PVC 1/2 empotrable piso 3ALOG N 12
	Caja de registro
	Punto de luz empotrable en piso
	Punto de luz empotrable led de suelo led
	Punto de luz reflect led
	Punto de luz Led Star Classic A 60
	Punto de luz tubular techo
	Punto de luz empotrable techo rectangular
	Interruptor simple simple 10A-110V
	Interruptor doble doble 10A-110V



UNIVERSIDAD UTE
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y URBANISMO

PROYECTO DE TITULACIÓN

DISEÑO ARQUITECTÓNICO DE UN MERCADO
GASTRONÓMICO UBICADO EN EL DISTRITO
EN LA LLACUNA DEL POBLENOU DE
LA CIUDAD DE BARCELONA, ESPAÑA.

ALUMNO:

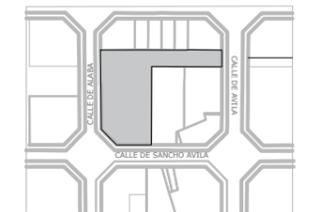
TRAVEZ CALVACHI
MARÍA FERNANDA

DIRECTOR/A DE TESIS:

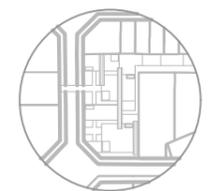
ARQ. WILLIAM JÁCOME TERÁN MSC

UBICACIÓN DEL PROYECTO:

PAÍS	CIUDAD	BARRIO
ESPAÑA	BARCELONA	POBLENOU



UBICACIÓN DENTRO DEL PROYECTO:



TEMA:

PLANOS ELÉCTRICOS

CONTENIDO:

PLANO DE LUMINARIAS P1

ORIENTACIÓN:



LAMINA:

17
DE 23

ESCALA:

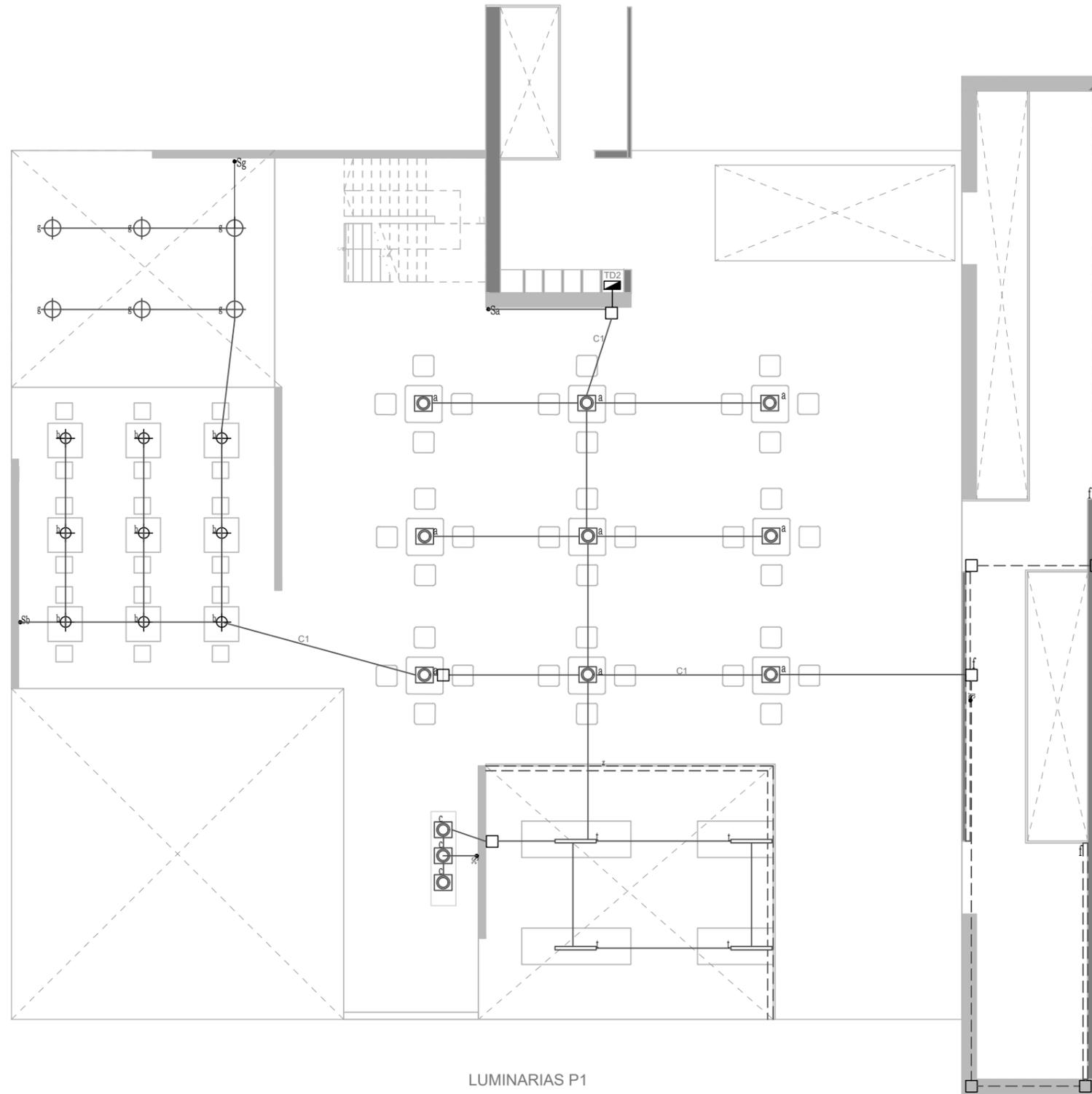
INDICADAS

FECHA:

20 DE MARZO 2020

REVISADO POR:

ARQ. FIDEL GAMBOA



LUMINARIAS P1
ESCALA 1:125

LEYENDA	
Símbolo	Descripción
	Tablero eléctrico
	Tubo PVC 1/2 empotrable techo 3ALOG N 12
	Tubo PVC 1/2 empotrable piso 3ALOG N 12
	Caja de registro
	Punto de luz empotrable en piso
	Punto de luz empotrable led de suelo led
	Punto de luz reflect led
	Punto de luz Led Star Classic A 60
	Punto de luz tubular techo
	Punto de luz empotrable techo rectangular
	Interruptor simple simple 10A-110V
	Interruptor doble doble 10A-110V



UNIVERSIDAD UTE
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y URBANISMO

PROYECTO DE TITULACIÓN

DISEÑO ARQUITECTÓNICO DE UN MERCADO GASTRONÓMICO UBICADO EN EL DISTRITO EN LA LLACUNA DEL POBLENOU DE LA CIUDAD DE BARCELONA, ESPAÑA.

ALUMNO:

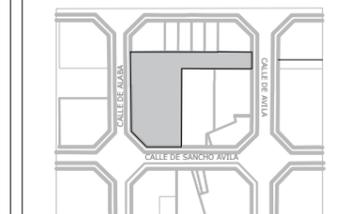
TRAVEZ CALVACHI
MARÍA FERNANDA

DIRECTOR/A DE TESIS:

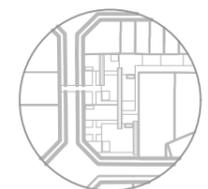
ARQ. WILLIAM JÁCOME TERÁN MSC

UBICACIÓN DEL PROYECTO:

PAÍS	CIUDAD	BARRIO
ESPAÑA	BARCELONA	POBLENOU



UBICACIÓN DENTRO DEL PROYECTO:



TEMA:

PLANOS ELÉCTRICOS

CONTENIDO:

PLANO DE TOMACORRIENTES PB

ORIENTACIÓN:



LAMINA:

18
DE 23

ESCALA:

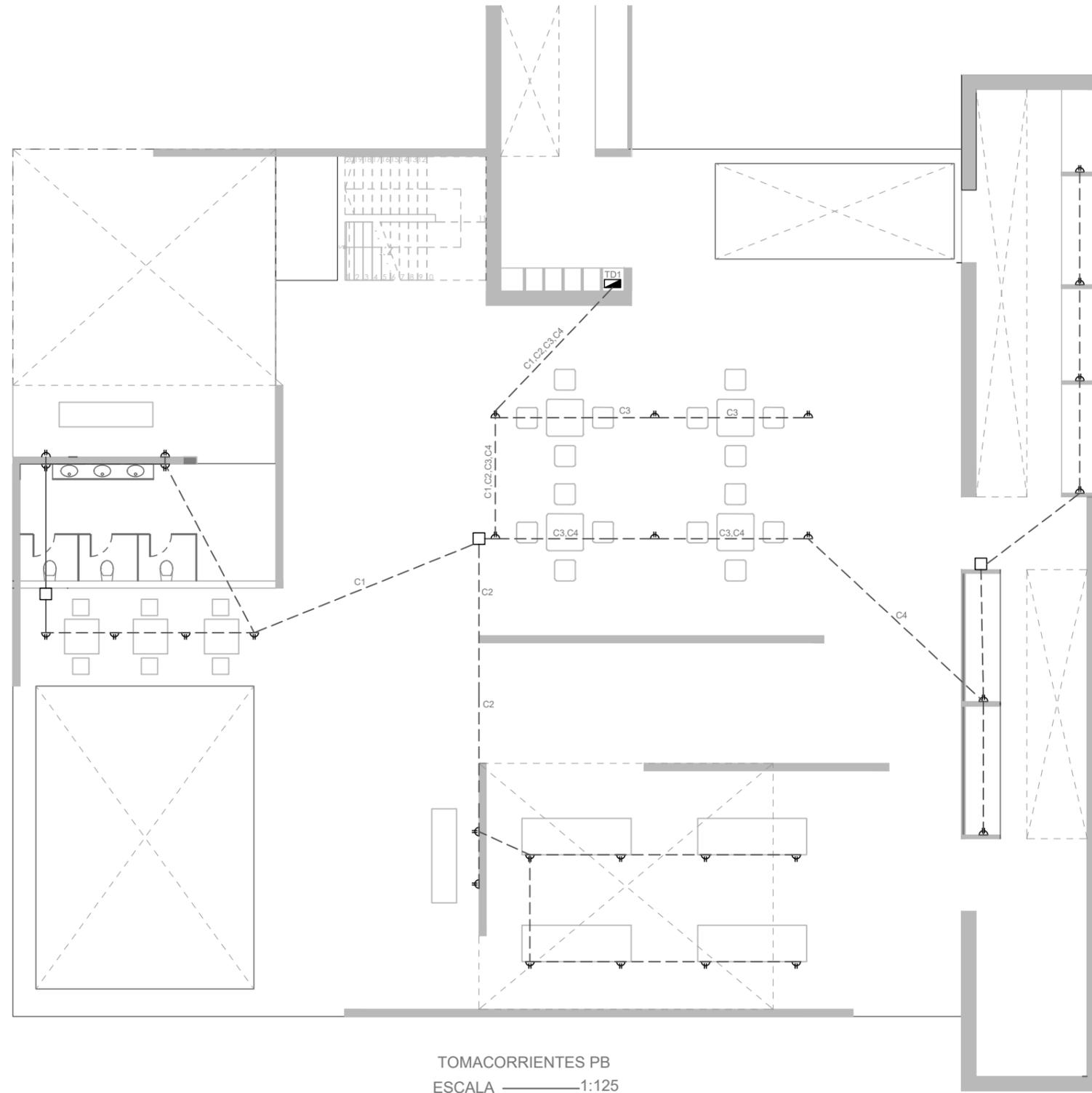
INDICADAS

FECHA:

20 DE MARZO 2020

REVISADO POR:

ARQ. FIDEL GAMBOA



TOMACORRIENTES PB
ESCALA 1:125

LEYENDA	
Símbolo	Descripción
	Tablero eléctrico
	Tubo PVC 1/2 empotrable techo 3ALOG N 12
	Tubo PVC 1/2 empotrable piso 3ALOG N 12
	Caja de registro
	tomacorriente



UNIVERSIDAD UTE
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y URBANISMO

PROYECTO DE TITULACIÓN

DISEÑO ARQUITECTÓNICO DE UN MERCADO GASTRONÓMICO UBICADO EN EL DISTRITO EN LA LLACUNA DEL POBLENOU DE LA CIUDAD DE BARCELONA, ESPAÑA.

ALUMNO:

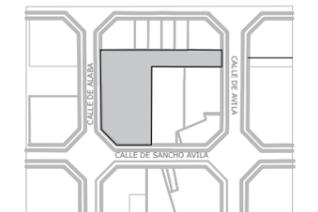
TRAVEZ CALVACHI
MARÍA FERNANDA

DIRECTOR/A DE TESIS:

ARQ. WILLIAM JÁCOME TERÁN MSC

UBICACIÓN DEL PROYECTO:

PAÍS	CIUDAD	BARRIO
ESPAÑA	BARCELONA	POBLENOU



UBICACIÓN DENTRO DEL PROYECTO:



TEMA:

PLANOS ELÉCTRICOS

CONTENIDO:

PLANO DE TOMACORRIENTES P1

ORIENTACIÓN:



LAMINA:

19
DE 23

ESCALA:

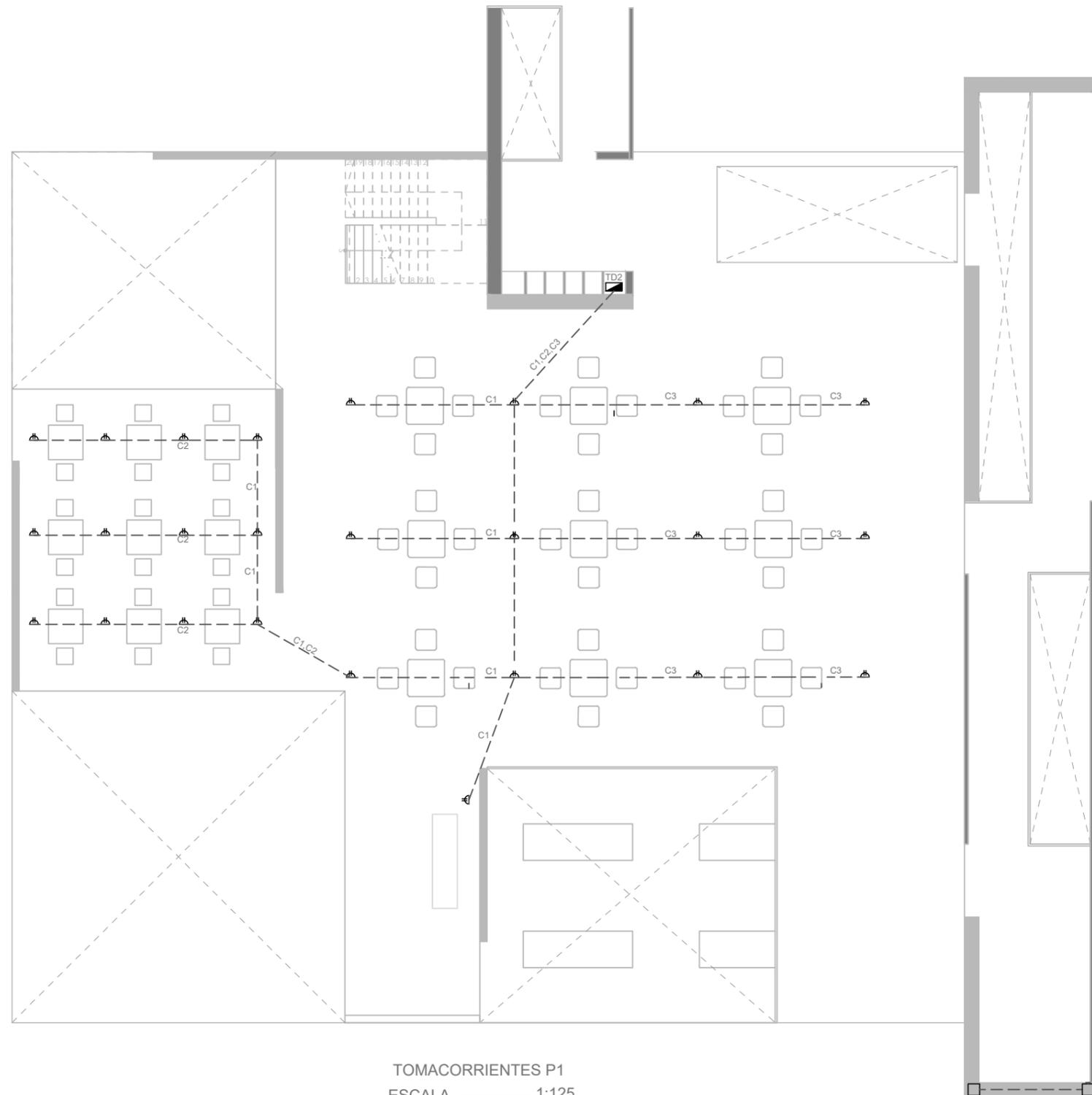
INDICADAS

FECHA:

20 DE MARZO 2020

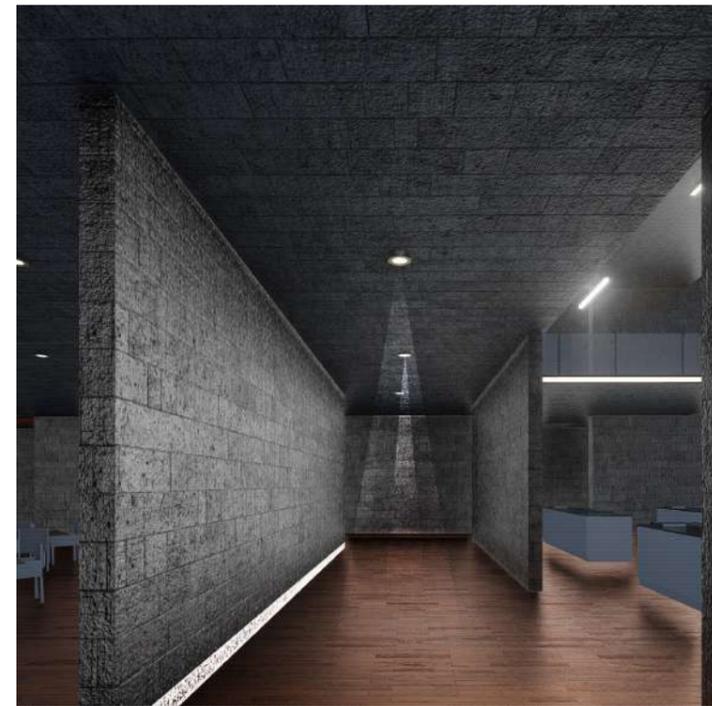
REVISADO POR:

ARQ. FIDEL GAMBOA



TOMACORRIENTES P1
ESCALA 1:125

LEYENDA	
Símbolo	Descripción
	Tablero eléctrico
	Tubo PVC 1/2 empotrable techo 3ALOG N 12
	Tubo PVC 1/2 empotrable piso 3ALOG N 12
	Caja de registro
	tomacorriente



UNIVERSIDAD UTE
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y URBANISMO

PROYECTO DE TITULACIÓN

DISEÑO ARQUITECTÓNICO DE UN MERCADO GASTRONÓMICO UBICADO EN EL DISTRITO EN LA LLACUNA DEL POBLENOU DE LA CIUDAD DE BARCELONA, ESPAÑA.

ALUMNO:

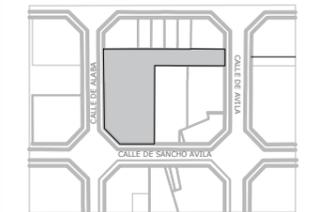
TRAVEZ CALVACHI
MARÍA FERNANDA

DIRECTOR/A DE TESIS:

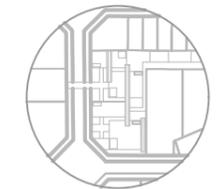
ARQ. WILLIAM JÁCOME TERÁN MSC

UBICACIÓN DEL PROYECTO:

PAÍS	CIUDAD	BARRIO
ESPAÑA	BARCELONA	POBLENOU



UBICACIÓN DENTRO DEL PROYECTO:



TEMA:

PLANOS ELÉCTRICOS

CONTENIDO:

CATÁLOGO Y RENDERS

ORIENTACIÓN:



LAMINA:

19
DE 23

ESCALA:

INDICADAS

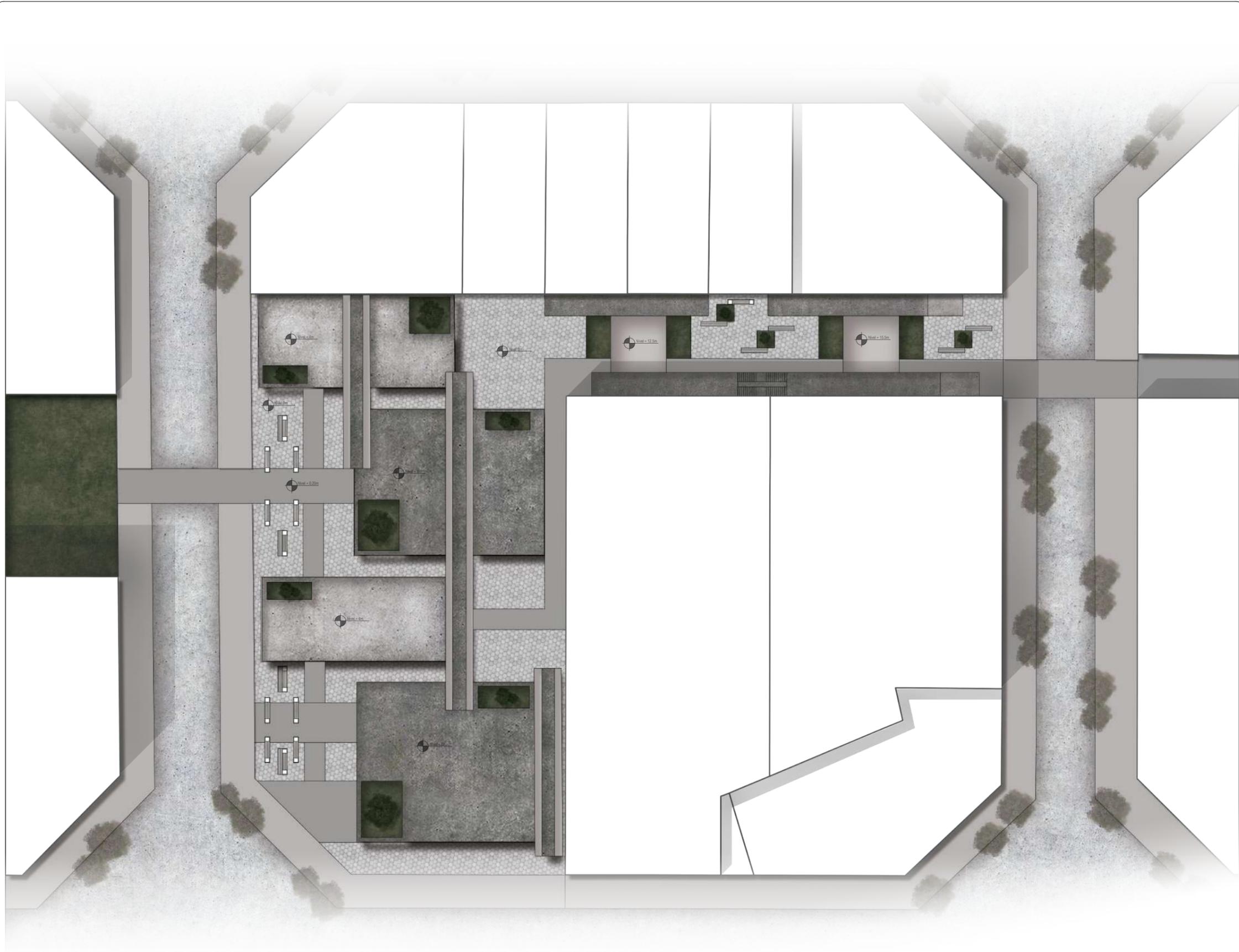
FECHA:

20 DE MARZO 2020

REVISADO POR:

ARQ. FIDEL GAMBOA

MARCA FABRICANTE	CÓDIGO LUMINARIA	DESCRIPCIÓN LUMINARIA	VOLTAJE ALIMENTACIÓN (Voltios)	POTENCIA (watts)	LUMEN (lm)	TEMPERATURA DEL COLOR (K)	IMAGEN LUMINARIA	SIMBOLOGÍA
SHININMOON	72282	METAL PENDANT LUMINAIRE LED	100	70	6500	5000		
BADALONA LED	4052899 272415	TUBULAR LED TECHO	125	8	560	5000		
OSRAM	4052899	LUMINARIA EMPOTRABLE LED DE SUELO LINEAL	125	7,8	621	6500		
CONSTRULITA	ES50	REFLED LED	100	5	380	5000		
CONSTRULITA	OU3044NBFB	EMPOTRABLES EN PISO	125- 220	4	350	4000		
ZUMTOBEL	60598-1	EMPOTRABLE DE TECHO CUADRADA DE ALUMINIO	100 - 240	10	400	4000		



UNIVERSIDAD UTE
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y URBANISMO

PROYECTO DE TITULACIÓN

DISEÑO ARQUITECTÓNICO DE UN MERCADO GASTRONÓMICO UBICADO EN EL DISTRITO EN LA LLACUNA DEL POBLENOU DE LA CIUDAD DE BARCELONA, ESPAÑA.

ALUMNO:

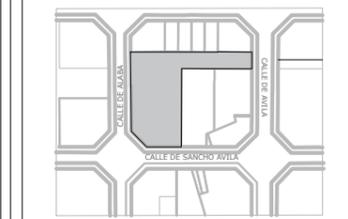
TRAVEZ CALVACHI
MARÍA FERNANDA

DIRECTOR/A DE TESIS:

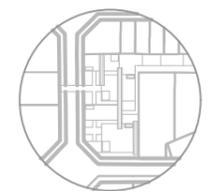
ARQ. WILLIAM JÁCOME TERÁN MSC

UBICACIÓN DEL PROYECTO:

PAÍS	CIUDAD	BARRIO
ESPAÑA	BARCELONA	POBLENOU



UBICACIÓN DENTRO DEL PROYECTO:



TEMA:

PLANOS ILUSTRADOS

CONTENIDO:

IMPLANTACIÓN

ORIENTACIÓN:



LAMINA:

21
DE 23

ESCALA:

1:5000

FECHA:

20 DE MARZO 2020

REVISADO POR:

MSC. ARQ. WILLIAM JACOME



PLANTA BAJA



PLANTA ALTA



UNIVERSIDAD UTE
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y URBANISMO

PROYECTO DE TITULACIÓN

DISEÑO ARQUITECTÓNICO DE UN MERCADO
GASTRONÓMICO UBICADO EN EL DISTRITO
EN LA LLACUNA DEL POBLENOU DE
LA CIUDAD DE BARCELONA, ESPAÑA.

ALUMNO:

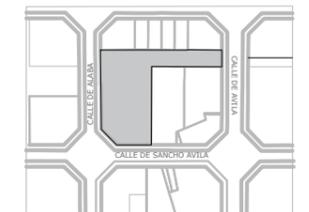
TRAVEZ CALVACHI
MARÍA FERNANDA

DIRECTOR/A DE TESIS:

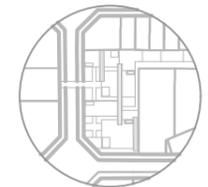
ARQ. WILLIAM JÁCOME TERÁN MSC

UBICACIÓN DEL PROYECTO:

PAÍS	CIUDAD	BARRIO
ESPAÑA	BARCELONA	POBLENOU



UBICACIÓN DENTRO DEL PROYECTO:



TEMA:

PLANOS ILUSTRADOS

CONTENIDO:

PLANTA BAJA Y PLANTA ALTA

ORIENTACIÓN:



LAMINA:

22
DE 23

ESCALA:

1:300

FECHA:

20 DE MARZO 2020

REVISADO POR:

MSC. ARQ. WILLIAM JACOME



UNIVERSIDAD UTE
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y URBANISMO

PROYECTO DE TITULACIÓN

DISEÑO ARQUITECTÓNICO DE UN MERCADO GASTRONÓMICO UBICADO EN EL DISTRITO EN LA LLACUNA DEL POBLENOU DE LA CIUDAD DE BARCELONA, ESPAÑA.

ALUMNO:

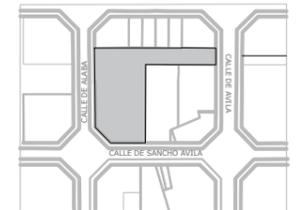
TRAVEZ CALVACHI
MARÍA FERNANDA

DIRECTOR/A DE TESIS:

ARQ. WILLIAM JÁCOME TERÁN MSC

UBICACIÓN DEL PROYECTO:

PAÍS	CIUDAD	BARRIO
ESPAÑA	BARCELONA	POBLENOU



UBICACIÓN DENTRO DEL PROYECTO:



TEMA:

PLANOS ARQUITECTÓNICOS

CONTENIDO:

SECCIONES

ORIENTACIÓN:



LAMINA:

23
DE 23

ESCALA:

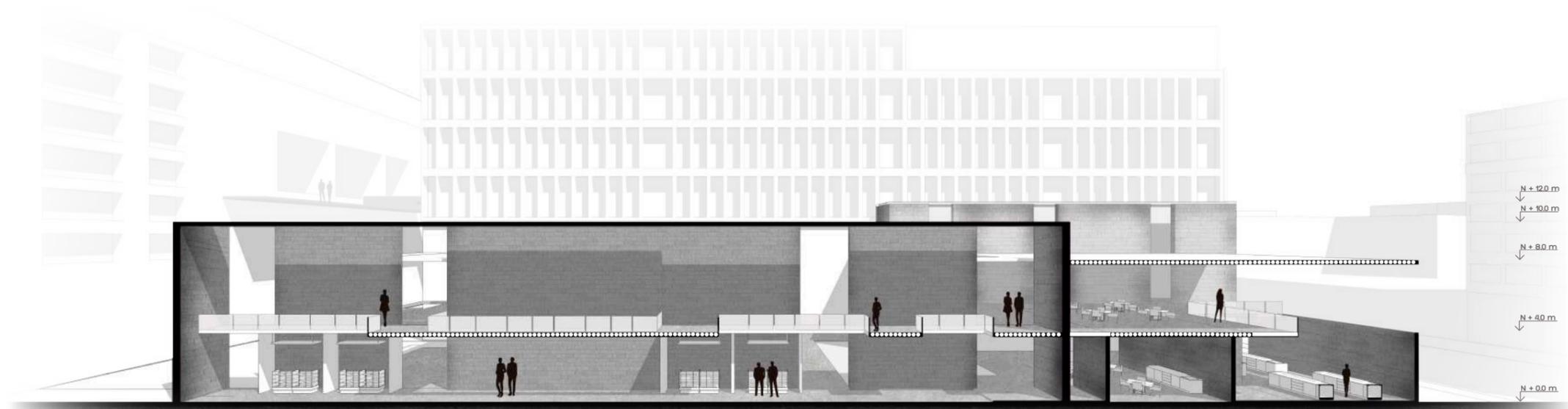
INDICADAS

FECHA:

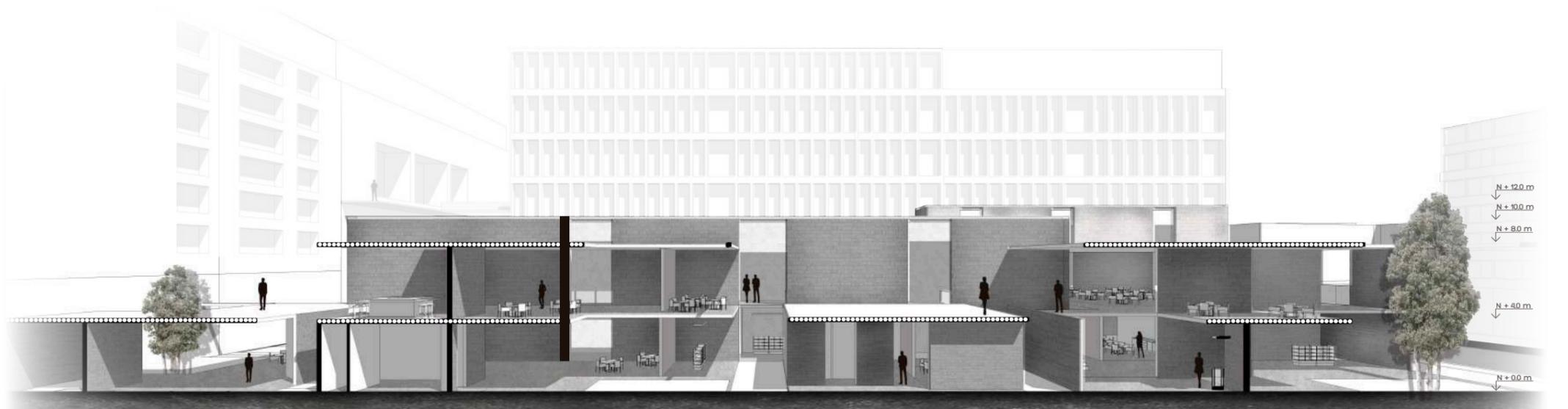
20 DE MARZO 2020

REVISADO POR:

MSC. ARQ. WILLIAM JACOME



SECCIÓN A - A'



SECCIÓN B - B'

