



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA
ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

Mercado de abastos como dinamizador del turismo gastronómico en Lima
Metropolitana, 2019. Caso: Mercado Nro.2, Barranco

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Arquitecto

AUTORES:

Espinoza Sandoval, Katteryn Irina
(orcid.org/0000-0003-3538-887X)

Bach. Villar Luza, Julio Cesar
(orcid.org/0000-0002-5879-4718)

ASESOR:

Mag. Arq. Vergel Polo Jorge Luis
(orcid.org/0000-0002-0881-5410)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Arquitectura

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

LIMA – PERÚ

2020

Dedicatoria

Mujeres admirables, sus grandes sacrificios y su gran amor son invaluable, nos han inculcado valores llenos de sabiduría y amor, los cuales aplicamos a lo largo de nuestro caminar, nos formaron con reglas y algunas libertades, pero siempre supieron qué decirnos para no flaquear y nos motivaron para alcanzar nuestros anhelos.

Gracias mamá, por todo lo que nos han dado, las amamos.

Agradecimiento

Al Altísimo, por cada oportunidad que nos brinda para poder seguir adelante por más dificultoso que sea el camino, por la maravillosa familia que tenemos y por las personas que nos pusieron en nuestros caminos, a nuestros maestros quienes siempre supusieron apoyarnos en lo académico y nos motivaron a seguir a lo largo de nuestra carrera profesional.

Presentación

Señores miembros del Jurado:

Se presenta ante ustedes la tesis titulada: MERCADO DE ABASTOS COMO DINAMIZADOR DEL TURISMO GASTRONÓMICO EN LIMA METROPOLITANA, 2019. CASO: MERCADO NRO.2, BARRANCO, con la finalidad de obtener el título profesional de Arquitecto.

Este proyecto tiene como finalidad determinar la relación que existe entre las siguientes variables: Mercado de Abastos y Turismo Gastronómico.

Así mismo, esta investigación corresponde a un diseño no experimental-transversal.

Por consiguiente, esta investigación consta de ocho capítulos. En el primero, se expone la realidad problemática del tema de investigación y los trabajos previos. En el segundo, se exponen los marcos teórico, conceptual, histórico, normativo, las referencias arquitectónicas, justificación del estudio, formulación del problema, objetivos, hipótesis y los alcances y limitaciones de la investigación. En el tercero, se presenta el diseño de investigación, la variable de estudio y su operacionalización, población y muestra, métodos de análisis de datos y aspectos éticos. En el cuarto, se expone los resultados. En el quinto, se discuten los resultados. En el sexto, se establecen las conclusiones de la investigación. En el séptimo, se redactan las recomendaciones. En el octavo, se plantea la propuesta de intervención de la investigación.

Finalmente, espero que este trabajo merezca la crítica de vuestra parte y todos aquellos que tengan a bien revisarlo, la misma que servirá como estímulo para seguir investigando un tema tan importante.

Los autores.

Índice

Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Presentación	iv
Índice	v
Índice De Figuras	viii
Índice De Tablas	xii
Resumen	xiii
Abstract	xiv
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN	1
I. INTRODUCCIÓN	2
1.1. Realidad problemática	4
1.2. Trabajos Previos	9
1.2.1. Trabajos previos nacionales	9
1.2.2. Trabajos previos internacionales	19
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO	27
II. MARCO TEÓRICO	28
2.1. Marco Teórico	28
2.2. Marco Conceptual	45
2.3. Marco Histórico	52
2.4. Marco Normativo	58
2.5. Referencias Arquitectónicas	58
2.6. Justificación del Estudio	76
2.7. Formulación del problema	78
2.8. Objetivos	79
2.9. Hipótesis	80
2.10. Alcances y limitaciones de la investigación	81
CAPÍTULO III. MÉTODO	83
III. METODOLOGÍA	84
3.1. Tipo y diseño de investigación	84
3.2. Estructura Metodológica	84

3.3.	Variables, Operacionalización De Variables	85
3.4.	Población y muestra	88
3.5.	Técnicas e instrumentos de recolección y medición de datos, Validez y Confiabilidad.	89
3.6.	Métodos de análisis de datos	92
3.7.	Aspectos éticos	92
CAPÍTULO IV. RESULTADOS		100
IV.	RESULTADOS	101
4.1.	Análisis descriptivos:	101
4.2.	Análisis inferencial	109
CAPÍTULO V. DISCUSIÓN		116
V.	DISCUSIÓN	117
CAPÍTULO VI. CONCLUSIONES		122
VI.	CONCLUSIONES	123
CAPÍTULO VII. RECOMENDACIONES		125
VII.	RECOMENDACIONES	126
CAPÍTULO VIII. PROPUESTA		128
VIII.	PROPUESTA	129
8.1.	Concepción De La Propuesta Urbano Arquitectónica	130
8.2.	Definición De Los Usuarios (Síntesis De Las Necesidades Sociales)	131
8.3.	Objetivos De La Propuesta Urbano Arquitectónica	139
8.4.	Aspectos Generales	140
8.4.1.	Ubicación	140
8.4.2.	Áreas y Linderos	140
8.5.	Características del Área de Estudio (Síntesis del Análisis del Terreno)	142
8.5.1.	Topografía	142
8.5.2.	Accesibilidad	144
8.5.3.	Aspectos Climatológicos	145
8.6.	Análisis del entorno	148

8.7.	Estudio de casos análogos.	149
8.8.	Leyes y Normas aplicables en la Propuesta Urbano Arquitectónica	157
8.9.	Programa Urbano Arquitectónico	158
8.9.1.	Descripción de Necesidades Arquitectónicas	158
8.10.	Conceptualización Del Objeto Arquitectónico	163
8.10.1.	Esquema Conceptual	163
8.10.2.	Idea Rectora Y Partido Arquitectónico	163
8.11.	Criterios de diseño	166
8.11.1.	Funcionales	166
8.11.2.	Espaciales	169
8.12.	Tecnológico – Ambientales	177
8.12.1.	Ambientales	177
8.12.2.	Ventilación Natural	177
8.12.3.	Iluminación Natural	178
8.12.4.	Orientación	179
8.12.5.	Constructivos - Estructurales	180
	REFERENCIAS	185
	ANEXOS	191

Índice De Figuras

Figura 1: Planta de zonificación del proyecto, primer nivel, 2019	10
Figura 2: Planta de zonificación del proyecto, segundo nivel, 2019	10
Figura 3: Zonificación de puestos de venta, 2019	11
Figura 4: Edificaciones existentes en el terreno: Mercado Limoncillo, 2017	12
Figura 5: Descripción de lo existente: Mercado Limoncillo, 2017	13
Figura 6: Importancia de lo existente, 2017	13
Figura 7: Propósito de intervención, 2017	14
Figura 8: Planta general del primer nivel, 2016	15
Figura 9: Zonificación del primer nivel, 2016	15
Figura 10: Planta general del segundo piso, 2016	16
Figura 11: Zonificación del segundo nivel, 2016	16
Figura 12: Planta general del tercer nivel, 2	17
Figura 13: Zonificación del tercer nivel, 2016	17
Figura 14: Cortes generales, 2016	18
Figura 15: Elevaciones generales, 2016	18
Figura 16: Elevaciones, 2015	19
Figura 17: Plantas, 2015	20
Figura 18: Plano de manzana de intervención, 2015	21
Figura 19: Planta urbana de intervención de manzana, 2016	21
Figura 20: Planta de primer nivel, 2015	22
Figura 21: Planta de primer nivel, 2015	22
Figura 22: Fachadas, 2015	23
Figura 23: Corte longitudinal - transversal, 2015	23
Figura 24: Primera y Segunda planta, 2015	24
Figura 25: Primera y Segunda planta, 2015	25
Figura 26: Cortes "A - B", 2015	25
Figura 27: Cortes "C - D", 2015	26
Figura 28: Fachadas, 2015	26
Figura 29: Categorías de mercados	30
Figura 30: Cuadro de clasificación de Mercados por su Radio de Influencia	31
Figura 31: Clasificación de Mercados	31
Figura 32: Tipología de Mercados	34

Figura 33: Mercado de San Miguel	58
Figura 34: Fachada del Mercado la Paz	59
Figura 35: “Interior Mercado la Paz”	60
Figura 36: “Estructura del Mercado la Paz”	61
Figura 37: Corte del Mercado de Roma	61
Figura 38: Interior del Mercado de Roma	62
Figura 39: Interior del Mercado de Roma	63
Figura 40: Comedor del Mercado de Roma	63
Figura 41: Primer nivel del Mercado de Roma	64
Figura 42: Fachada del Mercado Santa Caterina	65
Figura 43: Fachada lateral del Mercado Santa Caterina	65
Figura 44: Fachada lateral del Mercado Santa Caterina	66
Figura 45: Techo del Mercado Santa Caterina	66
Figura 46: Comedor del Mercado Santa Caterina	67
Figura 47: Ingreso del Mercado Santa Caterina	67
Figura 48: Fachada del Mercado del Río	68
Figura 49: Corte del Mercado del Río	69
Figura 50: Planta del Mercado del Río	69
Figura 51: Planta del comedor Mercado del Río	69
Figura 52: Planta del comedor Mercado del Río	70
Figura 53: Comedor Mercado del Río	70
Figura 54: Techo interior del Mercado del Río	71
Figura 55: Fachada 3d del Mercado de Sants	72
Figura 56: Exterior 3d del Mercado de Sants	72
Figura 57: Interior 3d del Mercado de Sants	72
Figura 58: Cortes del Mercado de Sants	73
Figura 59: Mercado de Sants	73
Figura 60: Mercado de Sants	74
Figura 61: Mercado de Sants	74
Figura 62: Remodelación del Mercado de Sants	75
Figura 63: Diagrama de diseño de Investigación	84
Figura 64: Estructura Metodológica	84
Figura 65: Mercados de abastos	101
Figura 66: Dimensión I: Infraestructura	102

Figura 67: Dimensión II: Diseño de Espacios Gastronómicos	103
Figura 68: Dimensión III: Accesibilidad	104
Figura 69: Turismo Gastronómico	105
Figura 70: Dimensión I: Atractivo Turístico	106
Figura 71: Dimensión II: Demanda Turística	107
Figura 72: Dimensión III: Recurso Turístico	108
Figura 73: Mercado de Abastos	140
Figura 74: Mercado de Abastos Por el este: Colinda con la Av. Luna Pizarro	141
Figura 75: Mercado de Abastos	141
Figura 76: Mercado de Abastos	141
Figura 77: Perfil Topográfico P-1, del mercado N°2 de barranco	143
Figura 78: Perfil Topográfico P-2, del mercado N°2 de barranco	143
Figura 79: Perfil Topográfico P-3, del mercado N°2 de barranco	144
Figura 80: Accesibilidad de usuario, vehículo	144
Figura 81: Carta Solar del Estudio de Asoleamiento del Terreno	146
Figura 82: Velocidad del Viento	147
Figura 83: Rosa de Viento de barranco	147
Figura 84: Análisis del campo visual del hombre	170
Figura 85: Análisis de la posición ergonómica correcta	170
Figura 86: Análisis del alcance de mano requerido	171
Figura 87: Análisis del mobiliario útil para oficina	171
Figura 88: Análisis del mobiliario útil para recepción	172
Figura 89: Análisis del espacio para desplazarse en puesto	172
Figura 90: Análisis de la iluminación en un puesto típico	173
Figura 91: Análisis de puesto típico para puesto de frutas	173
Figura 92: Análisis de puesto típico para puesto de frutas	174
Figura 93: Análisis de puesto típico para puesto de carnes	174
Figura 94: Análisis de puesto típico para puesto de pescado	175
Figura 95: Análisis de stands de comida especializada	175
Figura 96: Análisis de cocina de restaurant	176
Figura 97: Análisis de mobiliario de cocina	176
Figura 98: Ventilación cruzada en edificios comerciales	178
Figura 99: Ventilación cruzada en edificios	179
Figura 100: Ventilación cruzada en edificios	180

Figura 101: Detalle de Zapata	181
Figura 102: Tipos de anclajes a cimentación	182
Figura 103: Tipos de anclajes a cimentación	182
Figura 104: Tipos de anclajes a cimentación	183

Índice De Tablas

Tabla 1: Operacionalización de Variables	85
Tabla 2: Juicio de Expertos	89
Tabla 3: Niveles de Confiabilidad	90
Tabla 4: Niveles de confiabilidad	90
Tabla 5: Rho de Sperman	91
Tabla 6: Presupuesto	95
Tabla 7: Cronograma de ejecución de actividades	97
Tabla 8: Mercados de abastos tabla	101
Tabla 9: Dimensión I: Infraestructura	102
Tabla 10: Dimensión II: Diseño de espacios gastronómicos	103
Tabla 11: Dimensión III: Accesibilidad	104
Tabla 12: Turismo Gastronómico	105
Tabla 13: Dimensión I: Atractivo Turístico	106
Tabla 14: Dimensión II: Demanda Turística	107
Tabla 15: Dimensión III: Recurso Turístico	108
Tabla 16: Hipótesis General	110
Tabla 17: Hipótesis Específica 1	111
Tabla 18: Hipótesis Específica 2	112
Tabla 19: Hipótesis Específica 3	114
Tabla 20: Usuarios – Gastronómico	131
Tabla 21: Usuarios – Cultural	132
Tabla 22: Relieve del Terreno de Intervención	142
Tabla 23: Zona Administración y Servicios Generales	158
Tabla 24: Análisis de las Necesidades y Actividades de la Zona de Abastos	159
Tabla 25: Análisis de las Necesidades y Actividades en la Zona Gastronómica	159
Tabla 26: Análisis de las Necesidades y Actividades en la Zona Recreación	160
Tabla 27: Análisis de las Necesidades y Actividades en la Zona de Servicios	161
Tabla 28: Análisis de las Necesidades y Actividades en la Zona de Estacionamiento	162
Tabla 29: Análisis de las Necesidades y Actividades en la Zona de Recreación	162

Resumen

Este estudio se identificó la trascendencia de un mercado de abastos en su relación con la nueva tendencia que ha generado el boom gastronómico actualmente y de implementar un nuevo mercado de abastos que dinamice el turismo gastronómico en el distrito de Barranco buscando aprovechar la dinámica comercial que se genera en el distrito actualmente.

Además, se plantea un nuevo diseño arquitectónico con la directriz gastronómica que responda a la nueva demanda a través de su función y espacios requeridos por sus usuarios.

También, en este estudio se propondrá plantear espacios relacionados con el desarrollo de actividades complementarias para que este tipo de establecimiento dinamice los giros existentes de los mercados tradicionales y sirvan como captador del turismo y atiendan la demanda de los usuarios.

Palabras clave: Mercado De Abastos, Turismo Gastronómico, Boom Gastronómico, Fusión Culinaria, Dinamismo.

Abstract

This study identified the importance of a food market in its relationship with the new trend that the gastronomic boom has currently generated and to implement a new food market that stimulates gastronomic tourism in the district of Barranco seeking to take advantage of the commercial dynamics that currently generates in the district.

In addition, a new architectural design is proposed with the gastronomic guideline that responds to the new demand through its function and spaces required by its users.

Also, in this study it will be proposed to propose spaces related to the development of complementary activities so that this type of establishment energizes the existing turns of the traditional markets and serve as a collector of tourism and meet the demand of users.

Keywords: Food Market, Gastronomic Tourism, Gastronomic Boom, Culinary Fusion, Dynamism.

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

I. INTRODUCCIÓN

En las ciudades de España teniendo como ejemplares ciudad de Barcelona y Madrid a mediados de siglo XVIII se partió por la recuperación de los equipamientos comerciales con la idea de la implementación de nuevas actividades de ocio, las cual en su desarrollo se complementó de manera inmediata a la actividad comercial, que por preferencia de la población se convirtió en una de las ocupaciones principales dentro de los mercados de abastos y se volvió tendencia por defecto la gastronomía”. Esto permitió captar el público nacional y extranjero, con el objetivo también de promocionar los nodos dentro de las ciudades, que se convirtió en focos de una red comercial al nivel internacional, donde se desarrolló como actividad complementaria en sus equipamientos más emblemáticos y representativo como: el mercado de santa Caterina, la Barceloneta, el de San Miguel de Madrid y la Bosqueria de Barcelona.

Es por ello que hasta el día de hoy se mantiene el interés de conservar la esencia de los mercados de abastos, ya que en él permanece la gran oportunidad de variedad de oferta y demanda turística, lo cual también dinamiza la economía en este sector. Los mercados de abastos con la directriz de comercialización de productos también cumple el rasgo como un lugar de encuentro para el habitante que integra la fuente de relación social y se transforma en un lugar de acogimiento público para promover el turismo gastronómico, claramente no está en su relación sino en su oportunidad de ser un mercado de estar, de vivir, de convivir y enfrentar, que pueda el turismo gastronómico otorgar la nueva experiencia para el cliente y de integrar a las personas con el fin de promocionar a las ciudades. En la actualidad en diferentes países el boom Gastronómico en los Mercados de Abastos también es hablar de identidad y de costumbre innata de una zona puesto que es un factor clave para conocer la cultura de nuestros pueblos, distritos, barrios y de sus habitantes. Reflejando la evolución que acompaña la modernidad y los distintos cambios de la urbe.

Entonces la gastronomía en los mercados de abastos se convierte en un recurso esencial de nuestro patrimonio que hay que rescatar y no dejar que se sumerja

en la informalidad, por ello nuestro país a escala mundial se convierte en un destino de innovación, calidad, excelencia y autenticidad por la gran oportunidad de la variedad culinaria que los mercados de abastos deben ser los grandes captadores y para que se conviertan en un producto clave como recurso turístico para dinamizar el turismo gastronómico, la cultura integra la relación social en su variedad, cuya base es vender una experiencia única y magnífica, de una sensación sublime que no se puede perder.

1.1. Realidad problemática

En las últimas décadas la Gastronomía en nuestro país se ha convertido en una de las primordiales razones de atracción turística, y esto se debe a la gran variedad de productos exóticos y culinarios oriundos de nuestra tierra, sin embargo, pese a la gran demanda que registro Promperú en el año 2016 en el informe Turístico del Perú del mismo año donde se observa un crecimiento de 9% al 17 % entre los años del 2014 al 2016, no se habían establecido estrategias contundentes de como satisfacer a la gran demanda de turistas atraídos por nuestra gastronomía, si bien es cierto en contraste con referentes del extranjero uno de las principales establecimientos donde se busca la versatilidad del espacio y a su vez la articulación de diversos giros complementarios como la gastronomía son los mercados de abastos.

El gobierno peruano, debido al considerable aumento del turismo en el país, ha trabajado en el fortalecimiento de los mercados para aprovechar su potencial y fomentar el desarrollo de la gastronomía peruana, lo que lleva a una mayor implementación de estándares de gestión y calidad en los mercados, promoviendo su crecimiento y destacando la cocina peruana. (Piero Ghezzi, 2016). Esto refleja el papel predominante de la gastronomía como directriz de desarrollo además Existen grandes ponentes y promotores de planes de incentivos para revalorizar y promover la imagen institucional de los mercados, una postura que perfila el coordinador del proyecto Cadenas Agroalimentarias Gastronómicas. Asentar el valor de la diversificación del producto impulsará nuevas oportunidades de trabajo, ante el mercado masivo de interés de consumo de nuestra gastronomía, el que podrá aportar al desarrollo colectivo de múltiples sectores y agentes intervinientes como lo son agricultores, pequeños productores y comerciantes.

Martel (2015) dijo que el turismo gastronómico se encuentra en constante cambio, debido a la metamorfosis de una población y su consumo, ya que este es único y específico por cada cultura y se plasma en la cocina, logrando envolver los sentidos y haciendo fácil de identificar y gozar. (p. 10)

Según el Compendio Estadístico del Perú (2014) “La demanda turística por

intereses de alimentos y bebidas: el turista genero \$ 1 090 142, excursionistas \$ 13 566 y visitantes \$ 1 103 708 y se posiciona en el segundo motivo de preferencia por los visitantes en el consumo gastronómico en nuestra capital” según este informe la demanda se situó en distritos de lima centro como Miraflores, Barranco, magdalena, lince y cercado de lima donde se encuentra la mayor cantidad flujos de interés en lugares como mercados y locales comerciales que ofrecen productos culinarios. (p. 63)

Respecto a la investigación, este analiza la travesía de la gastronomía peruana en los últimos tiempos y esto refiere al avanzado desarrollo que logra convertirla en una fuente dinamizadora de la economía nacional. Según Apega (2019), en el 2011 el gasto en alimentación fue aproximadamente S/ 45 000 000 000 (9.5% del PBI), de los cuales S/ 1 500 000 000 (4%) fueron gastos de la alimentación de los turistas. Siempre hay que recalcar la diversidad de maneras y formas de la producción culinaria que se puede encontrar en los mercados de abastos ya estoy son también para los turistas de proximidad son bien visto por un precio módico atractivo para cualquiera.

Entonces se entiende que la demanda gastronómica asciende considerablemente cada año, pero esto beneficia directamente a las personas que cuentan con un renombre y un local renombrado, además de que el estado y el concepto de la gastronomía se enriquece más, esto siempre es bien visto por el turista en general. Entonces ¿Cuál es el contexto actual con de los mercados de abastos como referentes del turismo gastronómico? Si bien es cierto existe mucha teoría entre los mercados como cuna del turismo gastronómico, cabe de resaltar que a comparación de otros países funciona muy bien como centro de ocio de actividades diurnas en el sector comercial, el tema es que en el Perú el desorden y desinterés cultural ha ido penetrando y deteriorando el concepto de mercado turístico.

Si tenemos una gran demanda por un sector en específico lo más razonable debería ser atender al gran grupo y no promocionar un producto específico, esto se debería realizar en establecimiento donde albergase todo tipo de actividad culinaria y abastecimiento a gran escala para que se convirtiese en un punto referencial genuino de nuestro país como motor turístico gastronómico, no solo

cree una interacción del turista con el producto final sino una interacción más íntima desde su abastecimiento y compra del producto en bruto, si bien es cierto los mercados de abastos peruanos son solo de compra mas no estar esto se debe a que no están a condicionados para tal actividad y tienen cierto déficit lo que se busca es ampliar la sensación de experiencia, pero se necesita trabajar mucho. Entonces es muy importante decir que el estado del establecimiento donde se alberga la gastronomía importa mucho el impacto visual del entorno que genera en los turistas ya que interviene en la atracción, afectando la experiencia de un platillo en el que se plasma la historia y cultura del destino turístico.

En las últimas cuatro décadas, ha aumentado la cantidad de mercados de abastos en la zona Metropolitana de Lima, según el INEI (2016) un total de 2612 establecimientos de mercado de abastos entre mayoristas y minoristas, además en Lima Metropolitana a comparación de otras regiones concentra 1112 establecimientos que representa el 53.7 % en su totalidad, siendo el departamento con más establecimientos comerciales de este tipo lo cual refleja el eje comercial principal del Perú. Esta realidad, manifiesta que los establecimientos en el país, son la fuente primordial de abastecimiento de alimentos, bienes y servicios en el Perú, (Romero G, 2018). Además, la gastronomía y sus consumidores no distinguen el campo de la competencia informal y formal de los mercados de abastos que se rigen en su competitividad ya que en el sector de mercados minoristas el 64.5% de mercados cuentan con presencia de comercio ambulatorio a comparación de la presencia del 59.1% de presencia de comercio informal en los mercados mayoristas lo cual no ayuda ni fomenta el turismo culinario o gastronómico si bien es cierto en cada mercado se maneja muy bien la diversidad de varios puestos de comida rápida, pero tanto es el apuro de cubrir el pedido de demanda de los comensales que apertura puestos movibles a las afueras creando informalidad y dañan la imagen del establecimiento por ende como foco turístico no funciona y se pierde el concepto.

Desde la perspectiva arquitectónica de los mercados de abastos, se pude identificar que la mayor parte de ellos carece de estándares normativos y de falta de criterio de diseño desde su funcionalidad hasta parte conceptual de su

objetivo, el cual no debería permitir albergar las distintas actividades que se realizan en estos establecimientos, por ende, los Mercados de abastos en Lima Metropolitana no son vistos como atractivo turístico para la ciudad. (INEI, 2017), se han determinado las principales falencias en los mercados de abastos, los cuales presentan principalmente; un mal estado de conservación y una infraestructura deteriorada. Al hablar de los servicios básicos, el 59% de los mercados carecen de suministro de agua, lo que equivale a 1542 establecimientos, en cuanto a las coberturas utilizadas en los mercados, el material más común en los techos es la calamina, que representa aproximadamente el 65% de los establecimientos a nivel nacional, alcanzando un total de 1692 mercados. Lo cual es primordial para la comercialización y consumo del producto culinario donde un consumidor requiere y reclama seguridad, comodidad y confort.

La disposición física de los espacios dentro de los mercados de abastos es fundamental para su correcto funcionamiento y la eficacia de sus actividades con la comercialización de productos culinarios. Si no se lleva a cabo de manera adecuada, tanto los clientes como los comerciantes corren riesgos.

En términos de distribución por zonas según el tipo de producción o servicio ofrecido, a nivel nacional el 15,1% de establecimientos de abastos cuentan con áreas designadas para la carga y descarga de productos. Sin embargo, solo el 44,3% de estos mercados hacen uso efectivo de esas áreas, es decir, cuando se descargan los alimentos no hay lugares adecuados para almacenarlos, recurriendo a las áreas destinadas a cámaras frigoríficas.

Respecto a la organización en los puestos de venta, solo el 33% de los mercados de abastos, han dispuesto sus instalaciones de forma adecuada en base a los productos que se comercializan. Por otro lado, la mayoría de los mercados carecen de áreas destinadas para la gestión de residuos sólidos, alcanzando el 80,5% de los mercados que no cuentan con estos espacios. Esto conlleva a que los mercados de abastos pierdan su atractivo para los turistas gastronómicos, quienes prefieren acudir a locales comerciales privados.

Se han identificado otros problemas, como la falta de dimensionamiento

adecuado en relación con la demanda y afluencia de comensales que se sienten atraídos por la oferta gastronómica en los mercados de abastos. Esto afecta la accesibilidad al establecimiento y dificulta la circulación de personas, incluyendo a turistas de diferentes culturas, vendedores, compradores, estibadores y personas con discapacidad. La limitada capacidad y espacio disponible provoca la proliferación del comercio informal en los alrededores de los mercados generando caos y desorden.

En conclusión, existe una gran demanda por la gastronomía peruana que asciende de forma positiva cada año en nuestro país, por lo cual es muy provechoso para el desarrollo del Turismo Gastronómico, sin embargo no se explota debidamente, ya que se este se promociona como un producto turísticos sectorizado y muy individualizado, tomando en cuenta la promoción de algunos de los platos bandera de nuestro país, por lo cual los mercados de abastos pierden gran capacidad del fomento del turismo gastronómico; donde la única estrategia de conectividad masiva como red turística son las ferias gastronómicas entre unos de sus referentes es Mistura, que se presenta de manera ocasional, pero justamente ahí es donde se promociona masivamente el carácter cultural turismo de la gastronomía por lo cual se debería de reformar la visión de comercialización del producto turístico del Perú Por otro lado, en Lima Metropolitana no tenemos un gran referente de mercado de abastos donde se establezcan nodos turísticos de ocio, gastronomía y cultura de manera integrada. Esto se le suma la gran falta de satisfacer la demanda gastronómica que ocurre en nuestra capital que por consecuencia se sumerge en la informalidad., ya que combaten diariamente con el comercio ambulatorio y además tienes problemas físicos en la estructura por la antigüedad que al paso del tiempo ha perdido jerarquía e identidad este tipo de equipamientos que dudosamente pueda en la actualidad dinamizar el turismo gastronómico.

1.2. Trabajos Previos

La realidad problemática se ve enfocada primordialmente al mercado de abasto como dinamizador del turismo gastronómico en Barranco, 2019 - caso: mercado N°2 de Barranco; se procederá a contrastar una gran gama de trabajos asociados con el contenido de la investigación, donde estos mismos se ligan a proyectos de investigación elaborados en el ámbito extranjero como nacional brindando una orientación a la investigación, definiendo los objetivos con el propósito de tener una síntesis concisa.

1.2.1. Trabajos previos nacionales

Según Sánchez, G (2018) en “Mercado y Centro Gastronómico – Centro Histórico de Lima”

La investigación busca aprovechar el reciente “boom gastronómico” peruano, la propuesta se basa en generar un mercado diferente el cual se complemente con una serie de actividades culturales con las cuales se fomente un mejor desarrollo de la comunidad, a su vez esto generaría un impacto nuevo en la sociedad la cual los hará mantenerse activos.

La autora tiene como objetivo, diseñar un mercado gastronómico en el Centro Histórico de Lima, bajo el concepto de mercado para así convertirse en un centro de atracción para los visitantes extranjeros o de la localidad, ella coge como punto de partida poniéndole como concepto “mercado gastronómico”, que es un espacio en el cual rescata las funciones que tiene un mercado tradicional y sus características fundamentales de encuentro social, estos espacios deben tener un lugar donde las personas pueden sociabilizar y sentirse acogidas donde a la vez se emplea la tecnología de los supermercados modernos.

En conclusión, la investigación busca dar una reinterpretación de Mercado Gastronómico de Abastos de siempre, el común, para que así con este nuevo proyecto puedan surgir nuevas ideas y responder a las modernas necesidades de nuestros usuarios en estos tiempos.



Figura 1: Planta de zonificación del proyecto, primer nivel, 2019
 Fuente: Libro Tomado de Sánchez (2018)



Figura 2: Planta de zonificación del proyecto, segundo nivel, 2019
 Fuente: Sánchez (2018)



Figura 3: Zonificación de puestos de venta, 2019

Fuente: Sánchez (2018)

Valdettaro (2017), realizó una investigación enfocada a promover la gastronomía en el distrito creando espacios sociales, comerciales, culturales y gastronómicos, para revalorar la imagen turística del distrito del Rímac, como patrimonio cultural, para alcanzar el título profesional de Arquitecta.

“Mercado y Centro Gastronómico para el Rímac”. Su estudio se centró en repotenciar las principales actividades del distrito para integrar la ciudad con el entorno, generando encuentros sociales y turismo. Fue de tipo descriptiva. Como resultado, el autor considera importante unificar los encuentros sociales a través de las actividades complementarias como las gastronómicas, para dar mayor conocimiento y fomentar la cultura del país.

El objetivo primordial de la propuesta es dar a conocer la gastronomía, el autor plantea un mercado con centro gastronómico que se fusione con el alrededor de forma inmediata, mediante sus materiales y una volumetría la cual se unifique al entorno y a la estructura propia del mercado existente donde los consumidores se reúnan con la finalidad de gozar de la gastronomía y encuentros sociales. Para esto se propone un enlace directo de los productos brindados en el mismo

mercado para ser utilizados en estos talleres de cocina que se proporcionarían para dar un mayor entendimiento del turismo gastronómico y cultura del país.

Como objetivo específico plantea la creación de un encuentro turístico y local que logre revitalizar la experiencia del mercado impulsando la gastronomía, trascendiendo la idea de un lugar de adquirir un producto de paso y volviéndolo uno para estar, comer y aprender, bajo una categoría más versátil para el usuario.

En conclusión, es una propuesta que pretende enseñar al país y al mundo que Lima es un distrito con muchísima historia y cultura gastronómica. Prolongando el circuito turístico del centro histórico de Lima hacia el Rímac. (Valdettaro, M., 2017)



Figura 4: Edificaciones existentes en el terreno: Mercado Limoncillo, 2017

Fuente: Sánchez (2018)



Figura 5: Descripción de lo existente: Mercado Limoncillo, 2017

Fuente: Sánchez (2018)

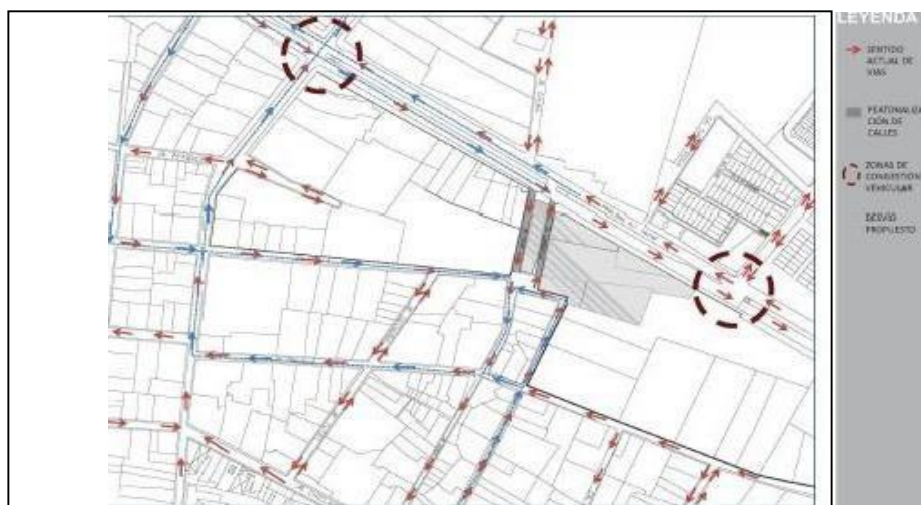


Figura 6: Importancia de lo existente, 2017

Fuente: Fuente: Sánchez (2018)

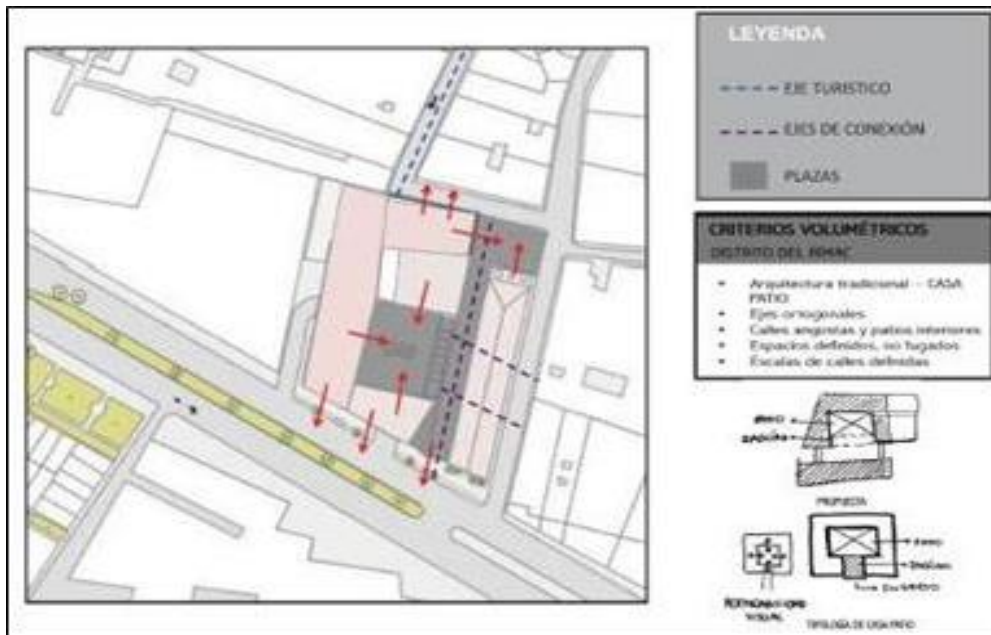


Figura 7: Propósito de intervención, 2017

Fuente: Sánchez (2018)

Alarcón (2016), “Centro Gastronómico en Lurín”. Este trabajo tuvo como finalidad alcanzar el título profesional de Arquitecta en la USMP, el autor busca saciar las necesidades que son originadas por el desarrollo gastronómico en nuestro país, otorgando a la ciudad de Lima un mercado donde se exponga la gastronomía peruana.

Este estudio buscó innovar con un nuevo tipo de centro gastronómico, otorgándole al distrito de Lurín un equipamiento necesario para brindar variedad de servicios para quienes estén involucrados en la evolución de la gastronomía promoviendo el turismo cultural y gastronómico en el distrito de Lurín. Por ellos es que se ha planteado ofrecer zonas de restaurantes, donde los usuarios desarrollen la compra y venta de productos degustando la gastronomía peruana.

En conclusión, los mercados son establecimientos comerciales que cautivan a individuos con gran demanda y son equivalentes con varias actividades recreacionales y culturales, son las que aportan a que el usuario perdure el mayor tiempo posible en el Centro Gastronómico. (Alarcón, 2016).

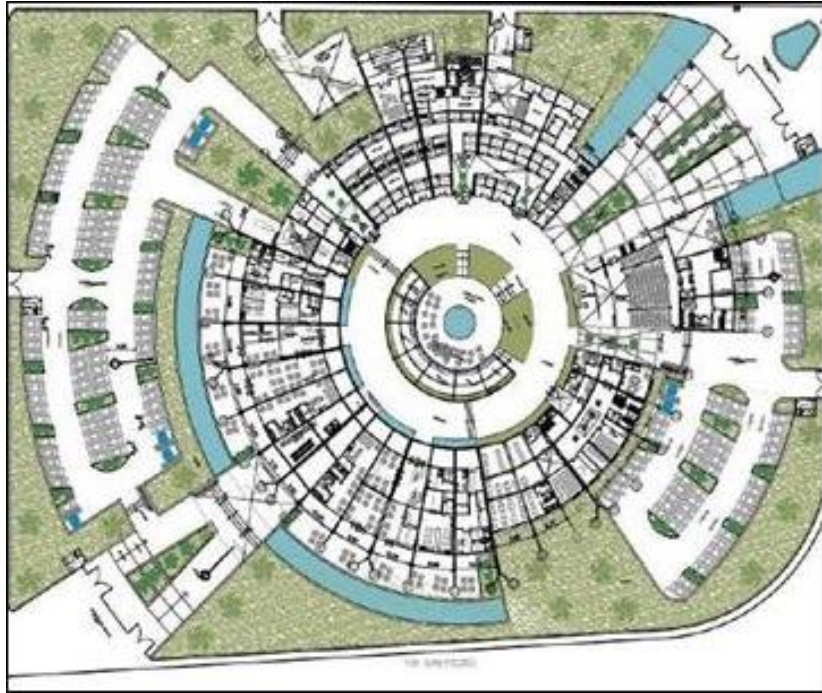


Figura 8: Planta general del primer nivel, 2016

Fuente: Alarcón (2016)



Figura 9: Zonificación del primer nivel, 2016

Fuente: Alarcón (2016)

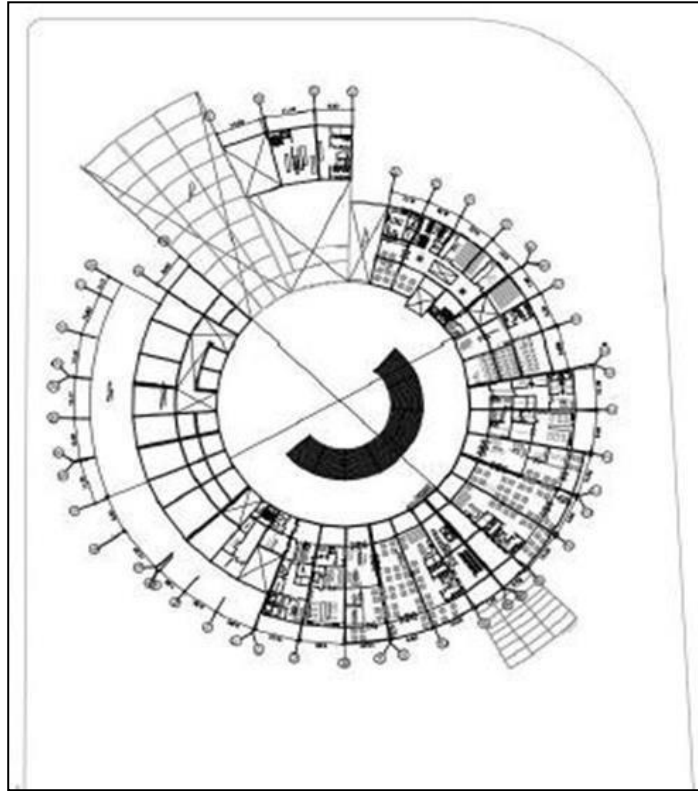


Figura 10: Planta general del segundo piso, 2016

Fuente: Alarcón (2016)

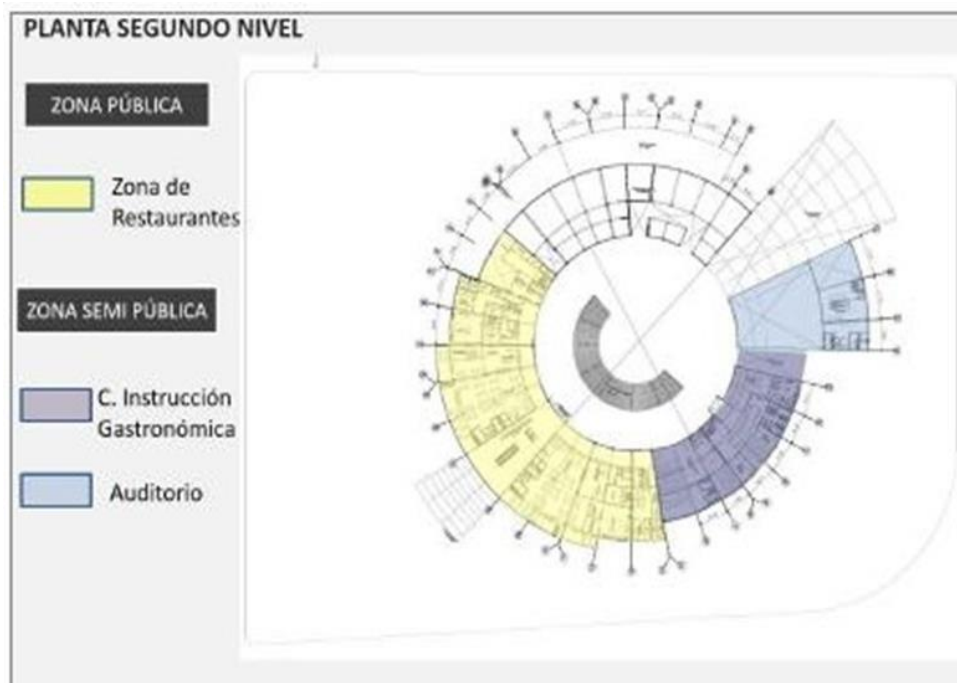


Figura 11: Zonificación del segundo nivel, 2016

Fuente: Alarcón (2016)

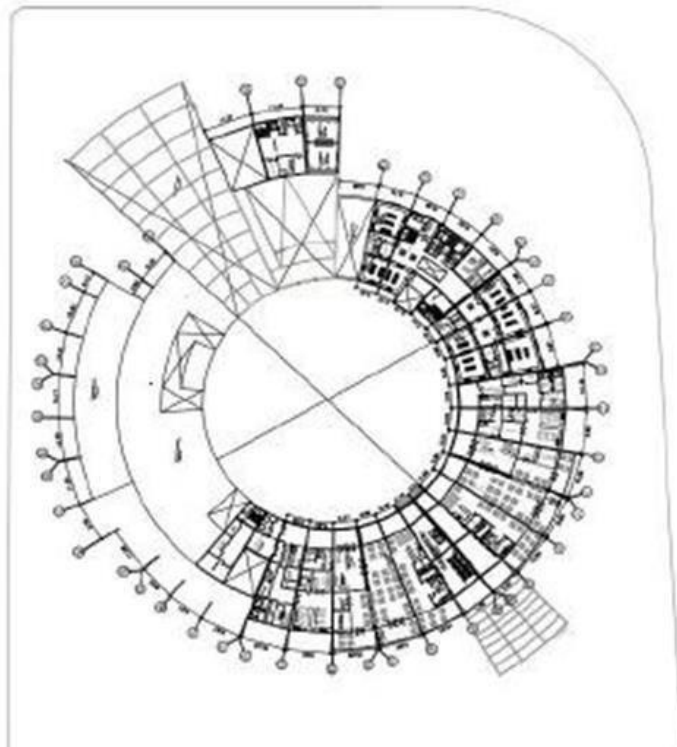


Figura 12: Planta general del tercer nivel, 2
Fuente: Alarcón (2016)

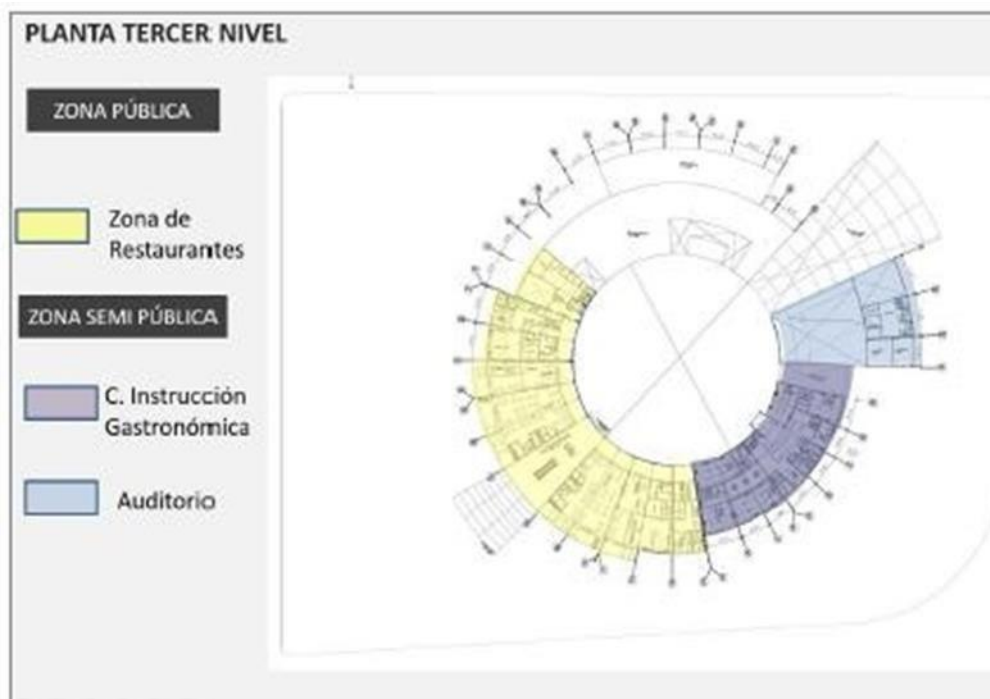


Figura 13: Zonificación del tercer nivel, 2016
Fuente: Alarcón (2016)

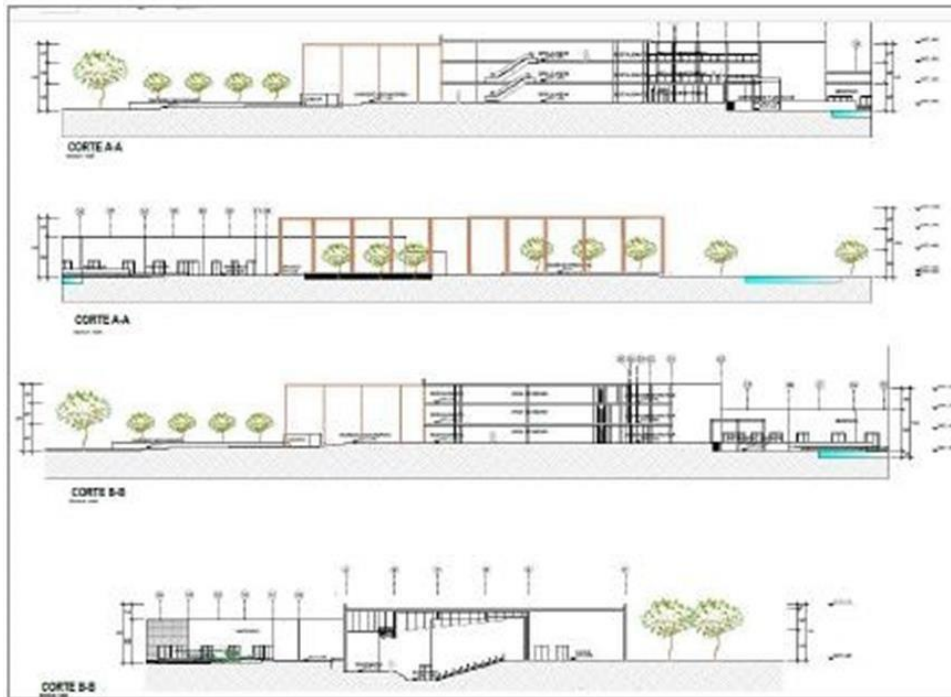


Figura 14: Cortes generales, 2016

Fuente: Alarcón (2016)



Figura 15: Elevaciones generales, 2016

Fuente: Alarcón (2016)

1.2.2. Trabajos previos internacionales

Bao (2015) en “Propuesta de reconversión del mercado municipal del Grao de Valencia en mercado gastronómico turístico: actuación en la zona de restauración hostelera”; analiza cómo el crecimiento de una ciudad metropolitana como la que es Quito que ha generado caos y problemas en ciertos sectores de la ciudad.

Buscó plantear la reactivación de manera comercial por medio de mercados de abastos e intervenciones en área publicas concentradas en interconectar de las zonas para mejoras sus dinámicas urbanas y obtener un foco turismo y revitalizador para valencia en la zona hostelera.

La conclusión de la investigación refleja que un mercado Gastronómico turístico actúa como agente restaurador porque se crea un nodo turístico por las diferentes actividades complementarias que se ejecutaran y estas tienen el carácter revitalizador muy aparte de la intervención arquitectónica ya que genera una interconexión dinámica para de la urbe con los turistas.



Figura 16: Elevaciones, 2015

Fuente: Bao (2015)



Figura 17: Plantas, 2015

Fuente: Bao (2015)

Hernández (2017) en “Diseño arquitectónico de la Plaza Mercado de la Municipalidad de Málaga – Santander, para impulsar la gastronomía y promocionar la cultura”. Propone un diseño con ambientes donde se pueda ofrecer los productos gastronómicos y eventos culturales de los mismos, a través de componentes o referencias para el reconocimiento arquitectónico, determinando su lenguaje simbólico.

El objetivo de este nuevo proyecto de diseño es modernizar los procesos comerciales, no modifica los conceptos arquitectónicos de las plazas de mercado antiguas para una mejor optimización del mercado.

Concluye que, para la planificación de las Plazas de Mercado, debe existir una conexión entre ambientes, con entradas amplias y gran cantidad de espacio público para albergar la masiva demanda turística comercial de la zona, para movilizarse, y que a la vez genere a través de los recorridos o red de turística nuevas tendencias culturales y sociales para satisfacer la demanda de consumo.

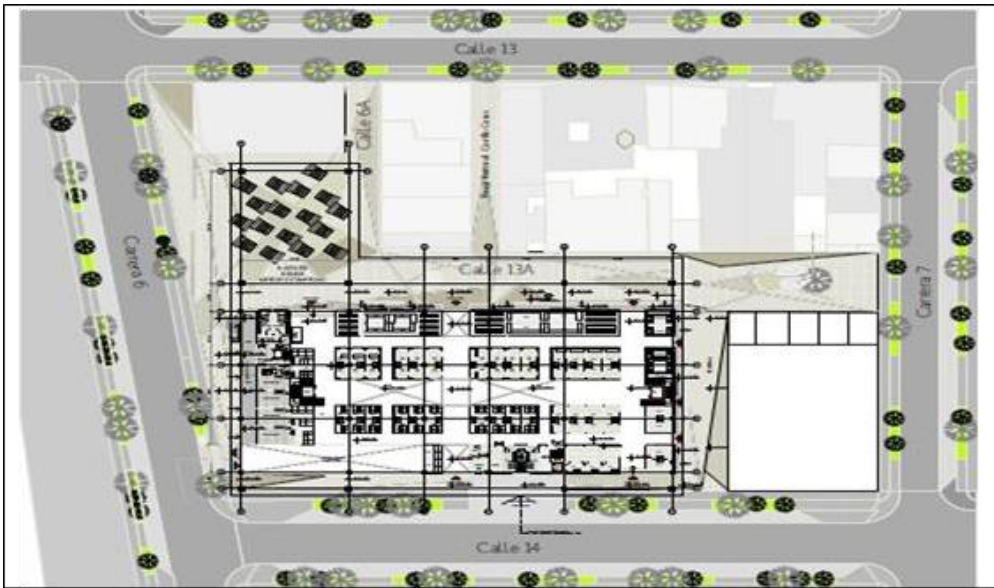


Figura 18: Plano de manzana de intervención, 2015

Fuente: Hernández (2017)

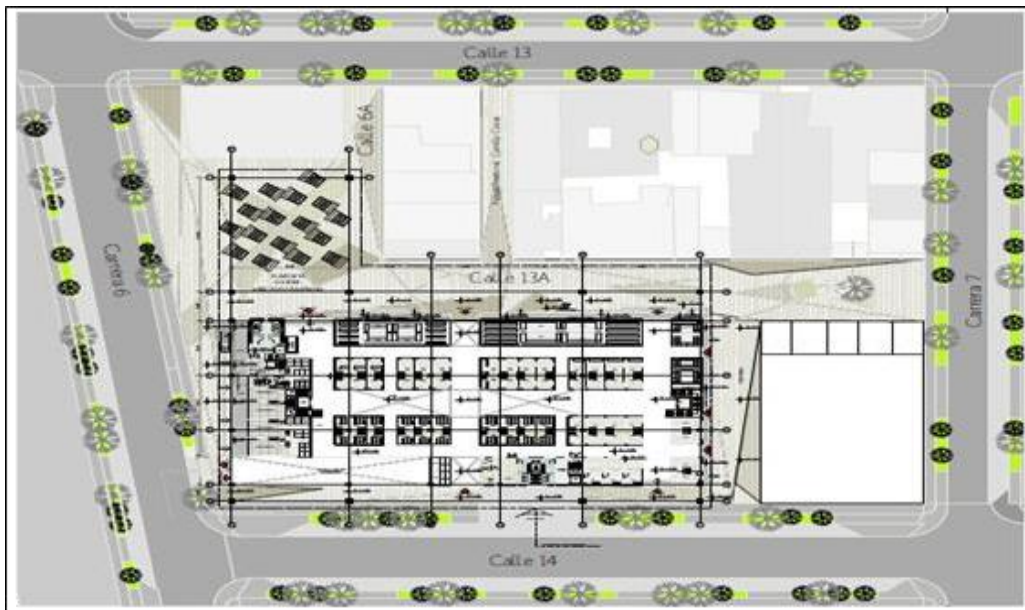


Figura 19: Planta urbana de intervención de manzana, 2016

Fuente: Hernández (2017)

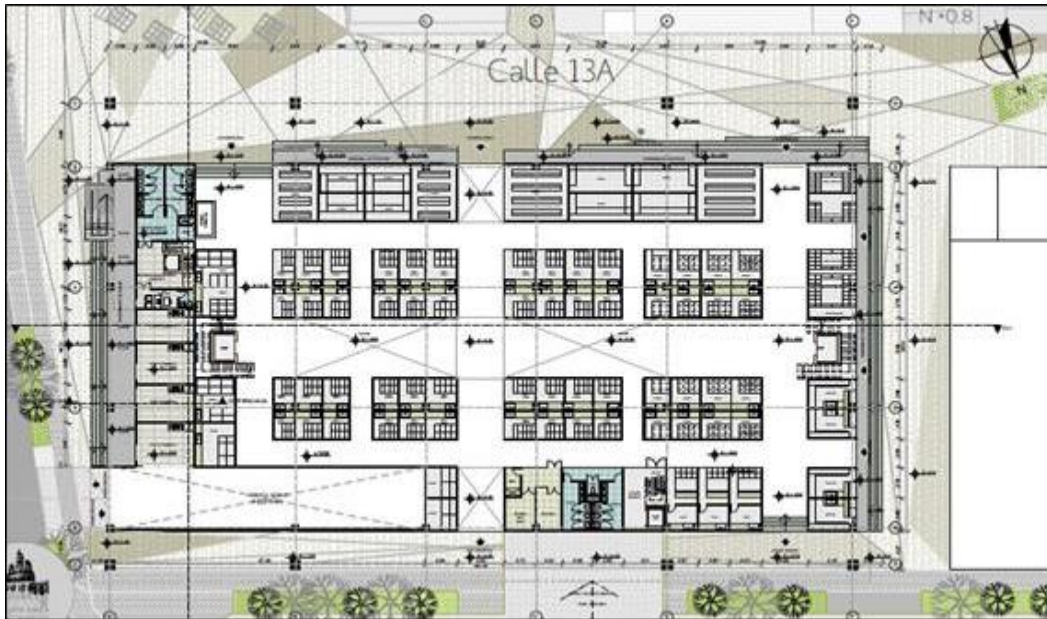


Figura 20: Planta de primer nivel, 2015
Fuente: Hernández (2017)

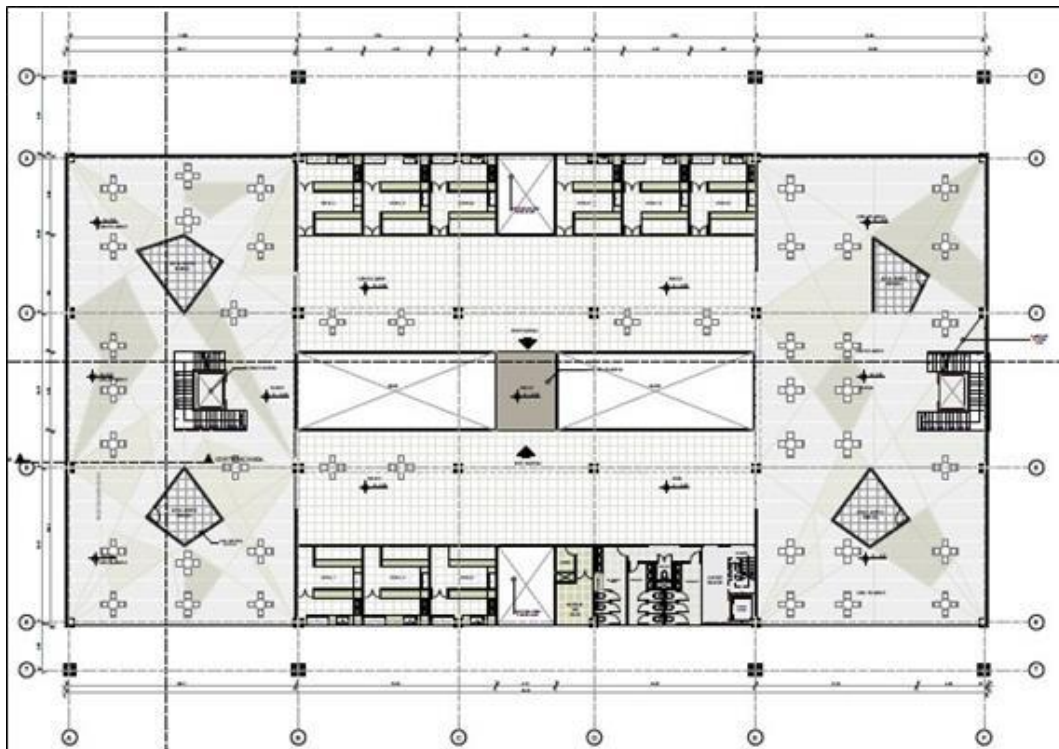


Figura 21: Planta de primer nivel, 2015
Fuente: Hernández (2017)

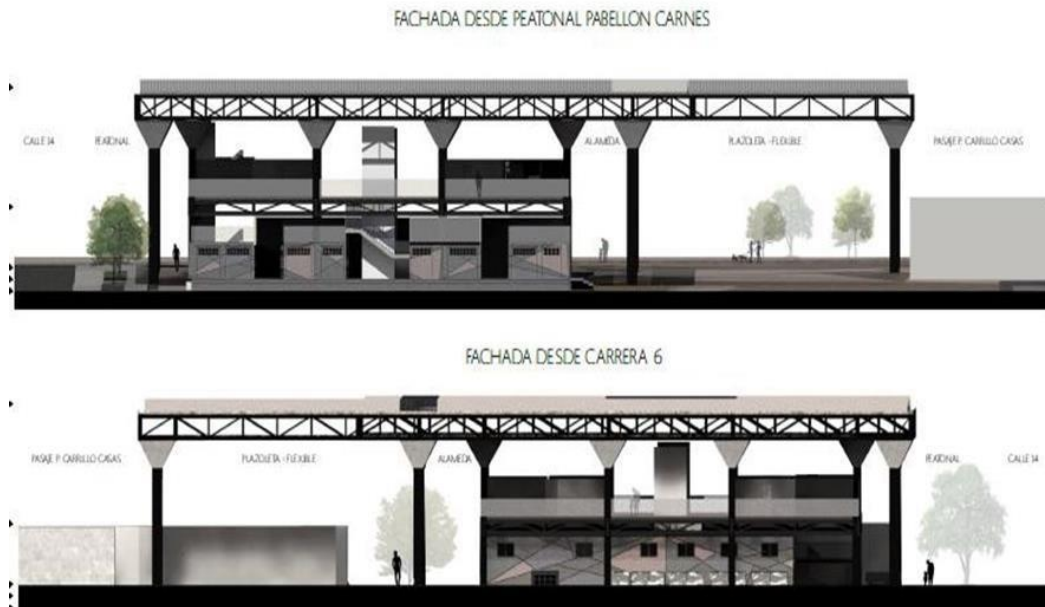


Figura 22: Fachadas, 2015
Fuente: Hernández (2017)

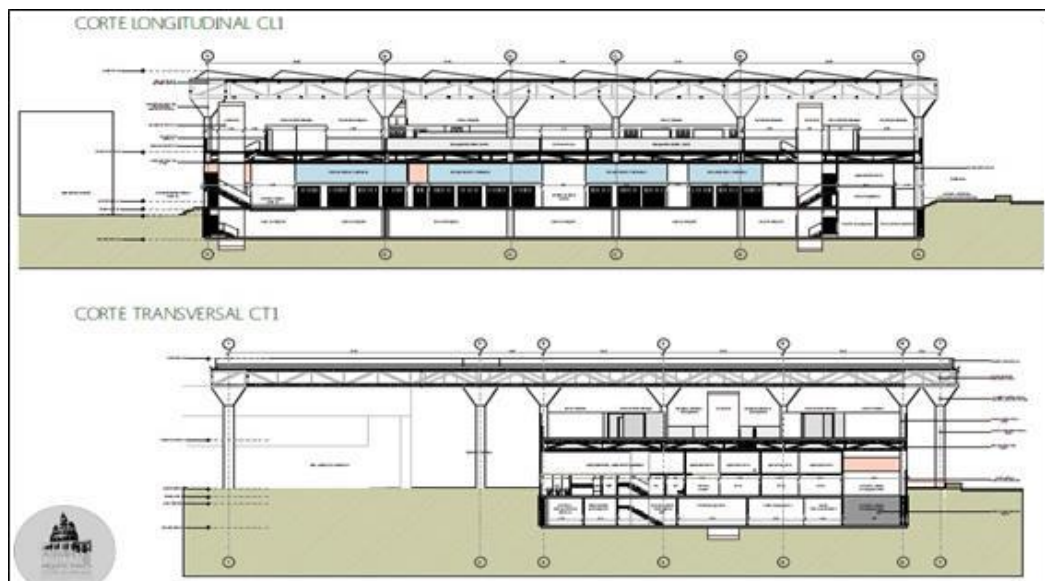


Figura 23: Corte longitudinal - transversal, 2015
Fuente: Hernández (2017)

Córdova (2015) en “Mercado Municipal, Gastronómico y Artesanal para el Cantón Salitre”. Analizó los tipos de comercio que se presentan en la ciudad para definir las tareas que se implementaran en el espacio arquitectónico, además los componentes, refiriéndose a la función, construcción, forma y percepción. La metodología es del tipo explicativa.

Como objetivo el autor plantea una transformación la cual tenga una fundamentación en el diseño de un mercado municipal, que incentive la gastronomía, para que establezca la magnitud de la demanda y el tipo de comercio informal que se encuentra presente en los lugares centrales, y conceda la inclusión laboral de una forma organizada para que sea una propuesta turística. Como conclusión, la finalidad de la investigación hace referencia a la proximidad de los moradores y el interés social y turístico, la reorganización de las calles para un mejor acceso al malecón principal, ícono del turismo gastronómico de Cantón. (Córdova, R. 2015)



Figura 24: Primera y Segunda planta, 2015

Fuente: Córdova (2015)

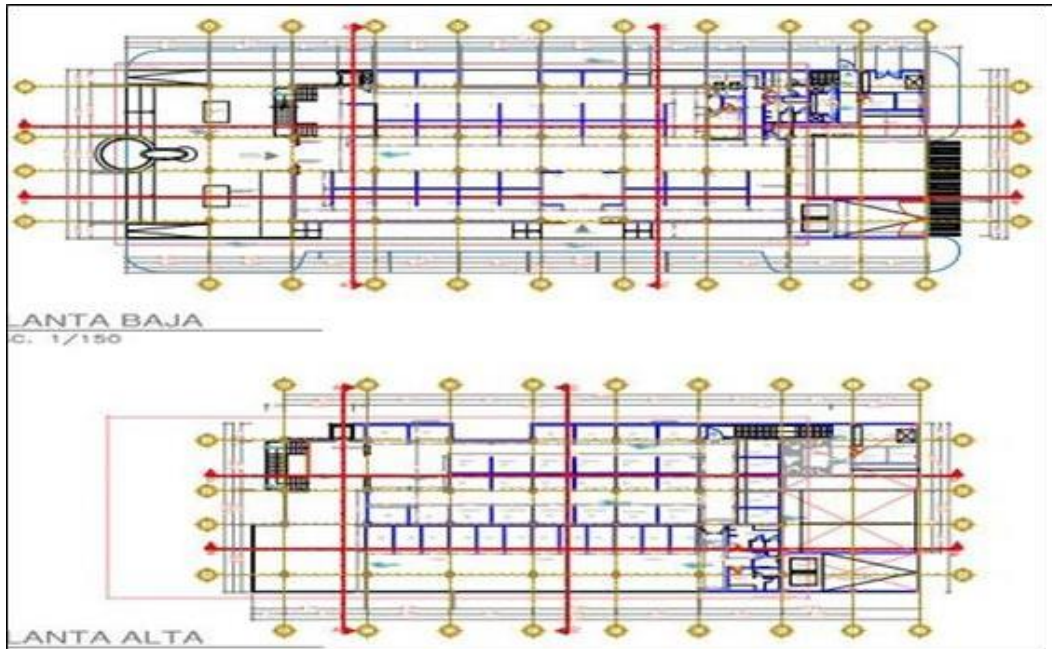


Figura 25: Primera y Segunda planta, 2015
 Fuente: Córdoba (2015)



Figura 26: Cortes "A - B", 2015
 Fuente: Córdoba (2015)

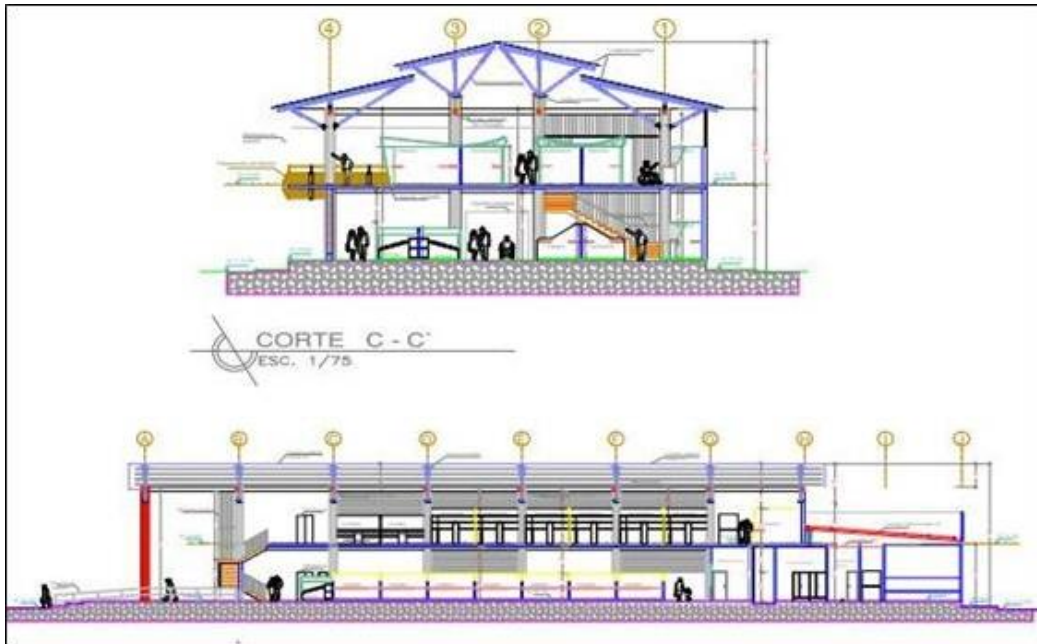


Figura 27: Cortes "C - D", 2015

Fuente: Córdova (2015)



Figura 28: Fachadas, 2015

Fuente: Córdova (2015)

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

II. MARCO TEÓRICO

2.1. Marco Teórico

Se desarrolló la estructura general de la tesis, dando a conocer el desarrollo de las variables definiendo cada una de ellas, sus características y antecedentes que tiene.

Variable N°1: Mercado de Abastos

- **Planificación de los Mercados**

Según el Programa Nacional de Diversificación Productiva que enmarca la Normativa de Mercados de Abastos del año 2017, nos explica acerca de que los mercados de abastos y que comprenden un sistema el cual cumple funciones sociales y garantiza que el abastecimiento de los alimentos a toda la comunidad, caracterizado por potenciales: Económico, Cultural, Turístico y Social.

La planificación de una localidad debe tener en cuenta la riqueza gastronómica y las tradiciones del lugar. Es importante que los organismos encargados de la planificación de las redes de mercados consideren que el sistema sea productivo y eficiente.

- **Niveles de consumos acerca de Mercados de Abastos**

Según el INEI (2013), menciona que en el Perú existen 2,612 mercados de abastos, los cuales generan más de 9,000 empleos para los pobladores, en los últimos 20 años estos centros de abastos han llegado a incrementarse hasta un 138%. Los mercados de abastos a nivel nacional poseen un promedio de 1,097 en 1996 y ahora totalizan 2,612 (al cierre del 2016), reflejando el aumento de la economía y la población; además el número de puestos fijos en los mercados se incrementó en 111.2%, pasando de 155 765 a 328 946, esto demuestra la continuidad de los mercados peruanos.

- **Partes de un Mercado de Abastos**

Según el Programa Nacional de Diversificación Productiva (2017), señala que los establecimientos de abastos están conformados por 5 puntos importantes:

- **Sector de abastecimiento y despacho:** área de Carga y descarga, despacho de mercadería, depósitos, cámaras frigoríficas y estacionamientos.
- **Área de energía y servicios complementarios:** Casa de fuerza, área de subestación eléctrica, talleres y grupo electrógeno.
- **Área de Administración y servicios varios:** Servicios higiénicos, área decuna, guardería y sala de uso múltiple.
- **Área de Residuos sólidos y limpieza:** Área de residuos sólidos.
- **Área de comercialización de productos:** Verduras, tubérculos, abarrotados, frutas, carnes, pescados, mariscos, etc.

- **Clasificación de los Mercados de Abastos**

Según León y Rondón (2017) investigaron que la “clasificación varía según la cantidad de producción de los establecimientos (mercado minorista y mayorista), o su administración (mercados municipales o mercados cooperativos) o según los alimentos o productos que nos ofrezcan (mercado de flores o frutas)”.

Entonces podemos decir que un mercado es un espacio transitorio en el que podemos realizar actividades comerciales, vendedores y compradores, estos pueden ser:

a) Mercado mayorista: Son establecimientos que se encuentran bajo cargo de una sociedad o compañía que se encuentra operando y negociando con agentes del comercio mayorista y es ahí donde se agrupa la mayor cantidad de oferta de los productos sustanciosos, adicionalmente se desarrollan tareas de comercio y de servicios complementarios que asisten para otorgar una mejor eficiencia de la principal actividad y así aprovechar la máxima economía generada por esta misma.

b) Mercados minoristas: Es el establecimiento que se encuentra bajo una comisión centralizada la cual se encarga de ver roles de ventas al menor de productos de los consumidores ya sean perecible o no perecibles, así como también están los bienes y servicios que complementan el uso cotidiano de la comunidad en el mercado minorista aprovechando las

ventajas que se encuentran en el lugar, así como también poder ofrecer al ciudadano productos frescos que puedan desarrollar su potencial turístico y cultural según el sector donde los mercados se encuentren situados.

Según la localidad a la que sirve, puede ser:

CATEGORIA	DENOMINACION	NIVEL DE COMERCIO	POBLACION A LA QUE SIRVE	NUMERO DE PUESTOS
A	MERCADO CENTRAL	COMERCIO METROPOLITANO	300,000 – 1'000,000	+ DE 500
B	MERCADO ZONAL	COMERCIO ZONAL	30,000 – 500,000	150 – 499
C	MERCADO VECINAL	COMERCIO VECINAL	2,000 – 7,500	HASTA 149

Figura 29: Categorías de mercados

Fuente: Normativa de Mercado de Abasto (2017)

c) Mercados municipales: Según León y Rondón (2017), los mercados municipales presentan un uso comunal el cual es administrado por la municipalidad si bien su nombre lo dice, es ahí donde es posible encontrar variedad de alimentos frescos hasta diversos artículos u objetos, existen tipos de mercados dentro de los mercados municipales.

- Mercados Formales:

Según León y Rondón (2017), son aquellos que son regulados por la municipalidad mediante una licencia de funcionamiento para que así el centro de abastos pueda garantizar que se encuentra en buenas condiciones sanitarias e higiénicas, pero sobre todo una muy buena transacción para los consumidores.

- Mercados Informales:

Según León y Rondón (2017), son aquellos los cuales no cuentan con permisos es por esta razón que se encuentran en deplorables condiciones estos mercados

no presentan las condiciones sanitarias necesarias y el espacio físico del mercado tampoco se encuentra regulado por la municipalidad.

TIPOLOGIA DE MERCADO		NRO. DE PUESTOS	POBLACION TOTAL A SERVIR
MERCADO TIPO "A"		500	MAS DE 100 000 HAB.
MERCADO TIPO "B"	RANGO BAJO	400	DE 30 MIL A 50 MIL HAB.
	RANGO ALTO	18 A 22 PUESTOS CADA 100 HAB.	DE 50 MIL A 100 MIL HAB.
MERCADO TIPO "C"	RANGO BAJO	300	DE 10 MIL A 15 MIL HAB.
	RANGO ALTO	250	DE 15 MIL A 30 MIL HAB.
MERCADO TIPO "D"		100 PUESTOS PARA UN PRO. DE 2 MIL HAB.	DE 4 MIL A 10 MIL HAB.

Figura 30: Cuadro de clasificación de Mercados por su Radio de Influencia

Fuente: Normativa de Mercado de Abasto (2017)



Figura 31: Clasificación de Mercados

Fuente: Normativa de Mercado de Abasto (2017)

Clasificación de Mercados según su situación geográfica

Según Alarcón (2016) en su investigación titulada "Centro gastronómico en Lurín", menciona que los establecimientos se clasifican:

- a) **Por la situación geográfica:** Depende del sitio dónde se efectúa el intercambio comercial. (Alarcón, 2016)
 - **De la colonia y barrio:** Satisfacen las necesidades de los factores

- económicos de las clases A – E. (Alarcón, 2016)
- **De los locales o tradicionales:** estos tipos se dan como herencia de los establecimientos con mayor antigüedad, estos a su vez cubren las necesidades básicas de los individuos. Existe el intercambio de palabras entre los comerciantes con los compradores, los cuales utilizan su habla para regatear precios y además los clientes seleccionan los productos que ellos mismos quieren. (Alarcón, 2016)
 - **De los abastecimientos Municipales:** Son establecimientos donde el propietario es el estado que alquila los locales a comerciantes por un valor fijado. (Alarcón, 2016)
 - **De la zona:** Vende productos de necesidades básicas y abastecen a una zona de 1 km a la redonda. (Alarcón, 2016)
 - **Nacionales:** Tiene a la venta productos exclusivos en todo el país. (Alarcón, 2016)
 - **Internacionales:** Sus compras y ventas se ven extendidas fuera de los límites territoriales del país. (Alarcón, 2016)
- b) Por su estructura:** Este tipo se clasifica por sus elementos políticos, económicos y sociales, donde se determinan los costos de los productos. (Alarcón, 2016)
- **De compras:** Los mercados enfatizan en comprar productos para luego venderlos en masivas cantidades. (Alarcón, 2016)
 - **De venta:** Este tipo se encarga de comprar productos para posteriormente venderlos de manera directa a los usuarios, motivo por el cual no compran en cantidades grandes. (Alarcón, 2016)
 - **Transporte:** este medio se encarga de repartir los productos a los diferentes establecimientos. (Alarcón, 2016)
 - **Almacenes:** Se especializan en comprar productos en mayores cantidades para almacenarlos y luego repartirlos. (Alarcón, 2016)
- c) Por su organización:**
- **De Menudeo:** Se encarga de la compra de productos en mayores cantidades para derivarlas a los comerciantes locales en menores proporciones. (Alarcón, 2016)
 - **De Mayoreo:** Esta Compra se encarga de proveerse de los grandes

productores en mayores cantidades. (Alarcón, 2016)

- **Sobre ruedas:** No necesitan de una programación arquitectónica, se localizan en lugares con puestos desarmables. Normalmente se encargan de la venta de alimentos y productos domésticos. (Alarcón, 2016)
- **De alimentos:** Se encuentran en lugares turísticos o puntos masivos de la ciudad, ya que se centran en vender platos y alimentos típicos de los lugares donde se encuentren. (Alarcón, 2016)
- **Modernos:** Son los nuevos supermercados en diversos puntos de la ciudad y satisfacen las necesidades actuales. (Alarcón, 2016)

- **Tipología de mercados**

De acuerdo a la trama, los mercados se clasifican por distribución:

- a) **Ortogonal:** La tipología ortogonal también es descrita como un damero o cuadrícula, la cual tiene calles largas y rectas que se entrelazan perpendicularmente, de esta manera forman áreas cuadradas o de forma rectangular. Además, se forman recorridos los cuales son libres con una zonificación simple. (Alarcón, 2016)
- b) **Concéntrica:** Los corredores en la tipología concéntrica coinciden con un centro el cual está formado por anillos concéntricos, siendo de esta manera una organización de forma radial, formando aros hacia el centro, equidistantes unos de otros para que pueda existir de manera óptima y sobre todo funcional. (Alarcón, 2016)
- c) **Radial:** En esta tipología los corredores segmentan la planta del mercado de forma diagonal, de tal manera que los locales comerciales se encuentran ubicados mirando al centro del mercado, además tienen un ordenamiento que permite una circulación más rápida. (Alarcón, 2016)



Figura 32: Tipología de Mercados

Fuente: Elaboración propia

- **Sectorización de un Mercado**

Los mercados están organizados por diferentes áreas las cuales permiten al consumidor una mejor visualización para que puedan obtener los productos que más requieran de acuerdo a sus necesidades, clasificándolos de acuerdo a su sector tipológico.

- a) **Área húmeda:**

Se encuentra definida por un espacio donde encontramos los productos alimentarios para su comercialización. Este sector requiere tener contacto con las instalaciones de agua, también aquí es un área la cual es utilizada para colocar carnes, lácteos, mariscos, porcinos y pollo. Esta área también requiere

de sectores de apoyo como lo son los frigoríficos los cuales tienen la finalidad de mantener en conservación los productos alimentarios.

b) Área Semi – húmeda:

El área semi – húmeda al igual que la anteriormente área mencionada necesitamos de las instalaciones básicas para el lavado y la limpieza de los productos. En este sector se implementarán las áreas de comedores, juguerías, frutas, verduras y productos básicos de comida.

c) Área seca:

No necesita de instalaciones de agua, puesto que se venderán productos perecederos para el usuario como lo son la venta de ropa, zapatos es por ello que a estos artículos no les afecta el calor, pero se tiene que tener en cuenta que tampoco se pueden exponer al sol para que no se dañen por el calor.

d) Almacén de depósitos:

Los almacenes de depósitos son zonas las cuales albergan mercancías, pero solo por un tiempo limitado, generalmente estas áreas se encuentran al alcance del comerciante que va a vender el producto.

e) Sector de residuos:

Para las zonas de recolección de basura se recomienda utilizar áreas las cuales estén alejadas del contacto del usuario y las áreas de venta alimentaria. Las paredes y pisos de esta área deben ser un material el cual sea lavable y no permita la acumulación de las bacterias por los residuos.

f) Servicios sanitarios públicos:

Los servicios sanitarios deben ser instalados en áreas menos rentables, los cuales no estén cerca de los locales de venta de preferencia se recomienda que estén situados en esquinas que estén próximas a calles, para esta zona se debe tener en cuenta una rampa para las personas discapacitadas en caso la zona este en altura.

Esto es importante para el buen desarrollo de la investigación, consultar distintas

teorías e investigaciones que permitan profundizar más el tema, en busca de comprender y analizar, la reinención de los mercados de abastos con nuevas tendencias gastronómicas y el impacto que genera sobre el turismo gastronómico, ya que al ser un tema ligado a contemporaneidad se debe también investigar los campos que se interviene, para ello se precisan las siguientes teorías:

- **Guía para la competitividad de Mercados de Abastos**

Los mercados de abasto son la fuente que abastece a los consumidores de Lima Metropolitana de diversas zonas de influencia por la variedad de insumos y productos, precios cómodos, son por excelencia la preferida ante cualquier otro establecimiento de abastecimiento de alimentos. Por este motivo se establecen parámetros en cuanto a su infraestructura, áreas internas y externas, zonas donde los alimentos estén bien conservados, y el servicio tanto complementarios como auxiliares vinculadas para un buen uso de los establecimientos. (Municipalidad Metropolitana de Lima, 2013)

Según la Municipalidad de Lima su infraestructura:

- En relación a los accesos y salidas del mercado, es importante asegurar que los pasajes que desembocan en ellos tengan un ancho similar. Además, dichos pasajes no deben ser menores a 3 metros de ancho.

En cuanto a las condiciones arquitectónicas de las circulaciones internas se tomará los siguientes criterios:

- Los pasadizos que sean principales deben tener una medida de 3.00 m y los secundarios 2.40 m.
- Con el fin de garantizar la accesibilidad para personas con discapacidad, las rampas ubicadas en los pasillos deben tener una inclinación igual o inferior a 12 grados y deben contar con pasamanos.
- Se establece como medida mínima de ancho un espacio de 1.20 metros entre los muros que conforman la escalera.
- Además, se limita el número máximo de escalones consecutivos sin descanso a 16 centímetros.

- **Guía de buenas prácticas en Mercados Municipales**

Este estudio aborda la idea de los establecimientos que proveen alimentos a la población, centrándose en mercados municipales de propiedad municipal o privada. Estos mercados se consideran parte del sistema actual de abastecimiento de alimentos y se enfrentan al desafío de familiarizarse a las nuevas tendencias de la sociedad.

La Fundación Valenciana de la Calidad destaca el valor de conocer el entorno, la oferta y la demanda; el modelo de propuesta se basa en seis bloques: seguridad en el entorno, accesibilidad, sostenibilidad ambiental, servicio al cliente, organización y gestión y mejora continua.

Dado que los mercados son establecimientos públicos, es primordial que cuenten con sistemas de acceso los cuales permitan a los usuarios movilizarse por toda el área construida, accediendo a los servicios que se ofrecen.

En esta sección de la guía se abordan aspectos relacionados con los accesos, recorridos, circulación y conceptos que deben tenerse en cuenta:

- **Entorno periférico:** los accesos del pase peatonal que se encuentran en las partes exteriores del mercado, necesitan tener un ancho mínimo de 1.50 m, teniendo en cuenta que dentro de este mínimo debe considerarse el desplazamiento de las personas con movilidad reducida y los demás usuarios. Asimismo, se debe tener en cuenta que la pendiente no puede superar el 6% en dirección a la calzada.
- **Aparcamiento:** como necesidad de las personas que llegaran al establecimiento es preciso calcular la cantidad de estacionamientos para los vehículos y esto debe depender del aforo del establecimiento, teniendo como dimensiones de cada cajón 3.50 x 5.00 m.
- **Accesos al mercado:** la circulación de los pasillos debe tener un ancho libre mínimo de 1.20 m y una altura libre de 2.10 m y su pendiente no debe superar el 10% y debe tener un ancho de 1.20 m. Las escaleras deben tener un ancho mínimo de 2.00 m.

A su vez, se sugiere que haya un máximo de 12 escalones antes de llegar al

primer descanso, con una longitud mínima de 1.50m.

- **Comunicación y Señalización:** el establecimiento debe contar con rutas de evacuación debidamente señaladas y visibles para las personas que se encuentren en el lugar.

- **Diseños de espacios Comerciales**

El libro presenta una perspectiva sobre los espacios comerciales y su diversidad en función de las actividades que ofrecen: alimentación, vestimenta, hogar, ocio, recreación, etc. Estos sectores se han establecido a lo largo del tiempo en respuesta a factores sociales, económicos, políticos e históricos influyendo en el desarrollo de las ciudades.

En relación al presente estudio, este se centrará en el análisis del sector comercial de alimentos, específicamente en mercados y supermercados según el autor, este modelo de ambientes destinados al comercio tiende a estar ubicados de manera repetitiva en diversas zonas, además, estos establecimientos se han convertido en la rutina del día a día para la compra de los productos de primera necesidad.

Estos espacios comerciales han experimentado una evolución a lo largo del tiempo, influido por diversas culturas y tradiciones de diversas partes del mundo. Estas influencias se han reinterpretado y adecuados a un ambiente el cual busca ser continuo y práctico. Es así como surgen los típicos mercados tradicionales, los cuales ejercen un rol importante en la sintomatología de las ciudades.

Un mercado de abastos se caracteriza por ser un lugar donde hay ambientes con articulación, actividades, sonidos, colores, olores y vivencias, es decir, es un lugar que se encuentra en constante transformación que forma parte integral del entorno urbano. (Mesher, 2011). El método que propone se basa en cuatro principios:

- a) **Entrada:** hace referencia a la fachada principal y puntos de acceso que

permiten adentrarse a los ambientes de comercio. Esta área debe llamar la atención del usuario, captando su interés por descubrir los productos que se encuentran más allá de su campo visual. Representa el punto de partida para el recorrido interno y se presenta como un espacio amplio y abierto, donde las personas que lleguen al lugar puedan sentirse acogidos y puedan tomarse el tiempo para gozar y degustar del comercio del lugar. Es un punto fundamental el realizar la publicidad de los productos que se encuentran en el establecimiento y además se debe contar con accesibilidad para todo tipo de usuarios.

- b) Circulación:** para determinar el flujo de movimiento dentro de un espacio, resulta esencial modelar un diagrama de circulación que tenga en consideración el vínculo entre las áreas y la ruta que seguirán los distintos usuarios en el entorno comercial. Debe cumplir dos funciones principales: debe ser lo suficientemente amplia como para permitir el desplazamiento cómodo de dos personas, incluyendo a las personas de movilidad reducida; la circulación debe tener un recorrido que se adapte a todos los usuarios sin ningún problema hacia las diversas áreas y ambientes que ofrece el espacio comercial, evitando congestiones con otros individuos.

- c) Ritmo de circulación:** el ritmo de movimiento dentro de un espacio se presenta como un aspecto crucial en el modelo, ya que analiza cómo los usuarios utilizan el espacio y se desplazan en su entorno y esto se ve influenciado por la naturaleza del usuario y su estilo de vida, lo cual constituye una razón fundamental para comprender a quién se dirige el mercado y el lugar donde se establecerá. Se debe diferenciar los ritmos de movimiento de las personas a fin de proveer a los usuarios de lugares que se adapten para su uso del diario. Esto pone en marcha una secuencia de puntos de entrada y salida para visitas rápidas y personas que deseen permanecer más tiempo en el lugar de visita.

- d) Venta:** la técnica de vender productos se presenta como el objetivo principal del mercado; si bien la entrada, la circulación y el ritmo son

elementos con criterios fundamentales en el diseño de los ambientes para el comercio, el funcionamiento y la venta de los productos depende mucho de cómo se vende y se presentan los productos en los puestos de mercados.

- **Diseño de espacios Gastronómicos**

Graf (2014) en su investigación del diseño al servicio de la cocina en establecimiento comerciales como mercados, los cuales se doten de servicio a los comensales, se establece que, para los espacios gastronómicos, que es lugar donde se va a desarrollar el eje de las actividades y se convertirá en la directriz del funcionamiento del establecimiento se tiene que tomar en cuenta según el análisis de la investigación los siguientes criterios:

Espacios físicos:

El diseño de los espacios se planea, proyecta y se da forma al espacio del usuario, generando lugares para el humano a sus necesidades. A pesar de que su espacio físico aparente ser inmutable con respecto a las cualidades originaria, al volverse habitado ya es artificial, en tanto es un método que genera satisfacciones de necesidad al usuario. (Graf, 2014)

Espacios flexibles:

Según Lamure (1980), arquitecto y diseñador, explica que, estos espacios con flexibilidad son elementos o mecanismos a los cuales se recurre con el fin de que cumplan con dos o más funciones para que se logre optimizar la superficie del espacio de una manera útil. Asencio (2001), explica que un área tiene flexibilidad cuando es adaptable a lo diversos estereotipos pedidos por el usuario. En las sugerencias de diseño en la actualidad, la flexibilidad, es una de las opciones por las características que más es apreciada por lo que la incidencia del precio por metro cuadrado permitiría minimizar los espacios sin generar una alteración en las funciones.

Infraestructura

El reglamento sanitario establece que los establecimientos deben ser

construidos de manera segura y sólida, la desinfección de los utensilios debe ser sencilla, y deben estar hechos de materiales resistentes a la corrosión, no inflamables y no deben contener sustancias tóxicas para los alimentos. Además, es importante mantener la estructura física y las superficies para garantizar la conservación de los alimentos. (Ministerio de Salud, 2004, p.10)

Con respecto a lo que se entiende como servicios de complementarios y auxiliares.

Las operaciones de limpieza serán diarias y una desinsectación semanal de todo el local, debe de establecerse, una general al menos una vez mensual, los sectores húmedos deberán desinfectarse al momento de terminar sus labores diarias, las cámaras frías y almacenes también se harán una atención semanal.

Plantea lo siguiente en el artículo 13° “las instalaciones sanitarias (...) deben se brindar la seguridad que la utilización de agua sea potable, y que además abastezca de manera continua y en cantidad el cual debe ser suficiente a los pedidos de limpieza del establecimiento y demás operaciones que se realizan en el abastecimiento”. (Ministerio de Salud, 2004)

Plantea lo siguiente en el artículo 15° con relación a lo que se entiende al servicio de abastecimiento alimentario “las comidas y bebidas que se encuentran al alcance del usuario para que sean consumidas de manera inmediata y además se preparen en correctas condiciones higiénico-sanitarias y operativas adecuadas” (Ministerio de Salud, 2004, p. 38), asimismo se tendrá en cuenta el cuidado de los alimentos con refrigeración cerrada, campanas de malla o tapas acrílicas transparentes. También el tiempo para que el producto esté disponible al usuario será no mayor a 6 horas

Plantea lo siguiente en el artículo 23° con relación a lo que se entiende al servicio de almacenamiento alimentario, la recepción de los alimentos como también el almacenamiento de los mismos deben de evitar la contaminación, alteración o daños físicos, para los productos secos “las zonas donde los productos son almacenados deben de mantenerse limpios, no tener problemas con las plagas,

mohos o suciedad”

Variable N°2: Turismo Gastronómico

- **Turismo gastronómico impulsador del comercio de proximidad**

Según Leal (2015) en su libro analiza como el turismo gastronómico ha influenciado en la demanda y oferta turística.

El turismo gastronómico ha generado un boom en el deleite de la comida pero sobre todo de la sociedad posmoderna, puesto que el simple hecho de hacer un recorrido de sus rutas turísticas para conocer, percibir y degustar se convierte en un recorrido con una agradable experiencia donde conocen la calidad del servicio que es generada por las ferias turísticas donde se ofrecen productos teniendo como primordial finalidad, la de poder ofrecer al turista un recorrido lleno de experiencia para que pueda sentirla y vivirla a través de la degustación de platillos o la bebida.

A su vez, establecen ciertos criterios para el entendimiento de esta nueva corriente contemporánea, en las cuales se detallan las siguientes:

- **Atractivo turístico:** El turismo gastronómico es un grupo de factores conformado por atracciones o actividades y este atractivo es parte del producto turístico, el concepto de atractivo turístico hace referencia a un conjunto de bienes y servicios que son útiles para el consumo del turismo.

Como atractivos turísticos tenemos las ferias turísticas que se caracterizan por vender productos para el consumo y atraer a los consumidores por sus ferias turísticas comerciales, a su vez también se convierten en el destino de una ruta gastronómica que ofrecen a simple vista las potencialidades de atracción de los mercados los cuales incentivan al turista nacional y extranjero a conocer su interior y esto genera una demanda turística por el consumo de diversos puntos gastronómicos, originado que se cree un nodo turístico en los establecimientos, fomentando la oferta turística que promueve el mercado en relación al producto gastronómico.

Sin lugar a duda el turismo gastronómico, crea focos turísticos que para el consumidor nacional establece un grado de identidad que promueven el consumo comercial de los mercados de abastos dinamizando el sector interno de la demanda.

Si bien es cierto el turismo se integra la gastronomía, la capacidad de elección que tiene el cliente que consume se ve influenciado por las condicionantes de los factores colectivos que tienen las personas a su alrededor y también el entorno natural que ofrece el destino turístico.

- **Turismo gastronómico y enológico**

El turismo gastronómico es una manifestación de auge y que se encuentra innovando las nuevas tendencias turísticas de los diversos destinos. (Curiel, 2015)

Para la OMT (2012) el turismo gastronómico ha incrementado de manera considerable convirtiéndose en una manifestación didáctica y creativa.

En efecto, los turistas la mayoría de las veces desean probar la gastronomía local cuando viajan, y es ahí donde los destinos incluyen los recursos turísticos la compenetración del movimiento colectivo que fomentan estos turismos se debe a la promoción de ferias gastronómicas en la cual se exhibe el producto culinario para su venta.

Para el turismo gastronómico es imprescindible elaborar y plasmar un sistema integral de redes gastronómicas ya que estos son el gran remate final de estas redes integradoras.

La satisfacción de calidad que complementa al turismo gastronómico dentro de los establecimientos busca resaltar lo más importante para tener una buena calidad de servicio que satisfaga las necesidades de sus consumidores.

- **Guía para el desarrollo del turismo gastronómico**

El turismo gastronómico es un tipo de turismo en el cual la comida de un país es

el principal motivo de interés para los visitantes, que buscan la experiencia turística. Esta tipología de turismo se representa hoy en día como una opción de manera específica para comprender el mundo la cual donde se concentran las manifestaciones de los productos culinarios, tal y como ha sido abordado en la evolución.

De esta manera, el turismo y la gastronomía son conceptos los cuales están potenciado y se potencian de tal forma que es imposible poder separarlos.

La gastronomía es un sector que está siendo una de las opciones más frecuentadas por los consumidores extranjeros y nacionales. Cuando viajamos nos inspira conocer más la cocina local del destino que vamos a conocer, el conocer los restaurants que están dentro de los establecimientos.

En la mayoría de países la gastronomía es un motivo estratégico para viajar y conocer la diversidad de ferias que ofrecen los mismos mercados donde exhiben la gastronomía.

2.2. Marco Conceptual

Conceptos relacionados al mercado de abastos

- **Mercado de Abasto:** Son agrupaciones de establecimientos colectivos independientes ubicados en una sola tienda, usualmente de municipales. (Miquel Pérez, 2016). Entendiéndose a un puesto cerrado donde el interior se encuentra constituido y distribuidos en locales individuales, en secciones definidas, enfocados al comercio de productos alimenticios y no alimenticios. (Ministerio de Salud, 2004). Son un establecimiento que tiene los elementos básicos de la distribución comercial alimentaria, son grandes áreas con espacios diáfanos cubiertos, con la capacidad de contar de una gran variedad de oferta comercial, mayormente de productos alimenticios. (Molinillo Jiminez, 2002)
- **Mercado de 2da generación:** Rivarola A. (2015) lo define como una agrupación de productos y servicios comerciales, estructurados por áreas específicas según su acción elegida. Además, el mercado agrega nuevas tendencias que quieren lograr una mayor aprobación por parte de los usuarios que consumen en el mercado como así también puedan experimentar un lugar donde se exprese la cultura (p. 37).
- **Infraestructura:** Según IICA (1987) para el funcionamiento de los mercados se utilizan una serie de elementos físicos y espaciales los cuales conforman la infraestructura física utilizada para exhibir los productos.

- **Servicio de abastecimiento alimentario**

Según la FAO (2019) Define “que los servicios de abastecimiento son productos alimenticios, agua, madera entre otros bienes, y muchos de estos servicios se comercializan en mercados, sin embargo los hogares también dependen directamente de los servicios de abastecimiento para su subsistencia”.

- **Servicio de acondicionamiento alimentario**

Según el Reglamento Sanitario de Alimentos (2018) el acondicionamiento alimentario es un sector donde se debe proteger los alimentos de todo el medio contaminado, sobre todo por los desechos que son originados por los humanos, animales, la industria y la agricultura, cuya presencia alcanza niveles que representan un riesgo para la salud.

- **Servicios complementarios y auxiliares**

Según North American Electric Reliability Council los servicios auxiliares requieren que las áreas de control y entidades de compra-venta operan de manera confiable en las interconexiones. (NERC, 2018)

- **Diseño de espacios gastronómicos:** Según Graf (2014), para generar un diseño de espacios gastronómicos se tiene en cuenta la circulación, funcionalidad, flexibilidad y aprovechamiento de cada área del espacio. El mobiliario también juega un rol importante por el diseño.
- Determinación de la funcionalidad
- **Forma:** Para Ching (1998), es la referencia entre la relación de la estructura interna, el contorno exterior y el principio de unidad (p. 34). El autor, parte del pensamiento de Edmund Bacon (1974), quien indica que la forma arquitectónica se genera del contacto entre la materia y el espacio, conformados por las texturas, color, contorno, luz, etc.
- **Función:** Para Lizondo (2011), la función debe ser analizada y comprendida tanto a nivel personal como social.

Debe ser capaz de afrontar las necesidades que presenta la sociedad dentro de un espacio y tiempo, además, debe vincularse con las condiciones implícitas del lugar (p. 51).

- **Espacios físicos:** Según Graf (2014), el diseño de los espacios, están

proyectados para que sean moldeables y poder dar forma al espacio del hábitat humano, innovando con lugares para la persona que haga uso del área. Aunque el espacio físico parezca inmutable respecto a sus cualidades iniciales, al ser ocupado se vuelve artificial, en tanto es un instrumento de satisfacción de necesidades humanas.

- **Espacios flexibles:** Según Lamure (1980), la flexibilidad se ve cuando se recurre a elementos o mecanismos que cumplen con más de dos funciones para optimizar la superficie útil del área”. Asencio (2001), define que un espacio es flexible cuando se adapta con facilidad a diversas circunstancias o requerimientos. En las propuestas de diseño en la actualidad, la flexibilidad, es una de las características mayor valoradas puesto que la incidencia del costo del metro cuadrado permitiría disminuir los espacios sin alterar las funciones.
- **Accesibilidad:** Según la Corporación Ciudad Accesible y Boudeguer & Squella ARQ (2010) es el conjunto de reglamentos y normativas que deben implementar todos los equipamientos arquitectónicos y el entorno urbano de una ciudad, para brindar las condiciones necesarias a sus habitantes, manteniendo la igualdad para las personas con discapacidad motriz o sensorial (p.12). Según la RAE, es una cualidad de accesible, es por ello que el término tiene acepciones, pero como indica Gould (1969), es un término usado en todo el mundo, hasta que se genere un problema al definirlo. Algo que Iwarsson y Stahi (2003), destacan que su significado es convencional y se adapta al contexto.
- **Circulación:** Para Sáez (2012), abarca aspectos prácticos, estéticos y simbólicos del movimiento; está relacionada con la necesidad de desplazarse de un lugar a otro, considerando los materiales utilizados para el desplazamiento, la organización de los recorridos y el uso del espacio

Para Ching (1998), es una conexión visual que vincula los diversos espacios de un edificio, tanto en su interior como en su exterior, facilitando el movimiento de

las personas dentro de él.

- **Accesos:** En la guía de buenas prácticas en mercados municipales (2010), se define como la capacidad para acceder a alguna parte del entorno construido y pueda hacer uso de esos servicios. (p.48)

Conceptos relacionados al turismo gastronómico

- **Turismo gastronómico:** Según Leal Londoño (2015), es una expresión que se viene dando en la sociedad posmoderna, y se ve expresada en el simple hecho de poder observar, olfatear y degustar se ha convertido en una actividad del día a día de manera completamente experiencial, y además esta se ve generada por las grandes industrias (productos, transformadores, restauradores), donde la finalidad del producto es que pueda otorgar al usuario una experiencia a través de la gastronomía.

El turismo gastronómico como fenómeno turístico ha incrementado de manera considerable convirtiéndose en un segmento dinámico del turismo, además, representa el territorio y la cultura local. (OMT, 2012)

- **Atractivo turístico:** Según Rojo Gil y Martínez Leal (2013), son muy necesarios para gozar de un buen destino con atractivo turístico que es capaz de captar turistas, que a su vez motivan y determinan la elección de los turistas en todo su desplazamiento turístico.

Según Prom Perú (2000), los atractivos turísticos, son todos los lugares capaces de poder motivar los flujos turísticos hacia un destino, estos destinos tienen que contar con infraestructura la cual permita el acceso al público y donde haya servicios básicos. Chan (1994) lo define como los bienes o manifestaciones con la capacidad de poder inducir e incentivar al usuario a viajar.

- **Ferias gastronómicas:** Según Mistura (2011) son centros que se convierten en puntos de acogimiento a diversos usuarios turísticos ya sean locales o extranjeros para que puedan deleitarse y degustar los diversos potajes los cuales son presentados por los expositores que han

realizado los platillos. “La principal atracción de las ferias comerciales inicia en que representa una importante herramienta de comunicación de la oferta comercial, y un principal instrumento de toma de contacto con los usuarios”. Tanner y Chonko (1995), consideran que las ferias gastronómicas generan un gran público como demanda de alta calidad hacia productos expuestos con el que se puede entablar una comunicación de forma directa entre el producto gastronómico y vendedor lo cual incentiva una mejor experiencia turística. Pero por otro lado la feria se convierte en una mira de negociación altamente competitiva lo cual genera que empresas desnaturalicen el turismo gastronómico y se convierta más artificial y dejando lo natural y autóctono. Además, existe un interés grande por el sector de las ferias comerciales a raíz de la publicación de investigaciones a fondo para que se pueda determinar los objetivos feriales, la influencia de los factores empresariales, es la satisfacción de los visitantes y las empresas. (Berne y García, 2008)

- **Rutas turísticas gastronómicas:** Según Montecinos (2015), son itinerarios las cuales tienen un origen de dimensión territorial la cual entrelaza productos, atracciones, servicios y actividades, en la cual la intención es disfrutar de manera sana el turismo gastronómico”.
- **Recursos complementarios:** Según Moya (2016), los recursos complementarios se ven en la calidad de servicios turísticos asegurando la estabilidad de las empresas en el mercado, puesto que cada vez que se habla de calidad de servicio turístico, hace referencia al cliente y como satisfacer sus necesidades.
- **Demanda turística:** Según Moreno Gonzales (ddd), es un conjunto de atributos y valores que los mercados requieren para satisfacer determinadas necesidades de ocio. En la demanda turística a su vez intervienen diversos operadores turísticos donde se ofrece determinados productos y servicios, donde a su vez sucede un juego libre de oferta y demanda. Según Cerenza (1984), los atributos del producto turístico son los aspectos más valorados por los turistas al momento de elegir su

destino turístico.

- **Demanda interna:** Según Noelia (2015) “Identifica “la demanda externa como un bien y servicio que se encuentran en su interior y que a su vez existe una demanda de bienes y servicios por parte de los consumidores nacionales. Una demanda interna del país es un indicador que realiza una medición del consumo de bienes y servicios e inversiones que se llevan a cabo dentro de un sector público o privado dentro de un periodo determinado”.
- **Demanda externa:** Según Noelia (2015) es un bien y/o servicio que se encuentra en su exterior y que a su vez existe una demanda de bienes y servicios. Es así como de esa manera se maneja el mercado mundial, donde se satisface en cuanto a calidad y en cantidad la demanda de sus integrantes.
- **Oferta turística:** Según Pardo Abad (2013), se pone del otro de la demanda, son productos y servicios dispuestos a los usuarios turísticos en un determinado destino. La oferta turística puede o es usada también por las personas que son residentes de la zona”.
- **Recurso turístico:** Para Antón Clave (2005), explica que es un elemento que tiene el poder por sí solo o en combinación con otros, de poder generar una atracción hacia los usuarios atrayéndolos a un determinado lugar con motivos de turismo, ocio, y recreación.

Según Rojo y Martínez (2013) “los atractivos y los elementos son necesarios para gozar de un destino turístico capaz de captar visitantes, motivando y determinando su elección, estos atractivos provocan, motivan e incentivan el recorrido turístico ya que se debe tener en cuenta que el recurso turístico es un elemento básico para poder desarrollar un destino como atractivo”. Según Moya (2016), los recursos complementarios se ven en la calidad de servicios turísticos donde este término asegura la estabilidad de las empresas en el mercado, puesto que cada vez que se habla de calidad de servicio turístico, hace

referencia al cliente y como satisfacer sus necesidades.

- **Destino turístico:** Según OMT (2017), es un espacio hacia donde la gente puede sentirse acogida y generar una demanda para que se pueda consumir el producto turístico”. Según Hu y Ritchie (1993), es un combo de facilidades que se organizan por atributos comunes que determinan un atractivo.
- **Factores humanos:** Según Martínez (2013), son conceptos que se relacionan con la administración de tendencias actuales y empresas comerciales para optimizar la productividad.
- **Factores naturales:** Según Rojo y Martínez (2013), el turismo tiene un lugar en los espacios donde haya recursos turísticos y sus atractivos, para que los turistas puedan apreciar los distintos atractivos. Es por esta razón que los factores naturales, forman parte de un conjunto de circunstancias que normalmente tienen una diversidad de atractivos potenciales entre los factores naturales donde podemos contar con lo que es el relieve, el clima, la vegetación, fauna y la hidrografía.

2.3. Marco Histórico

Se proyectó el análisis de carácter evolutivo del dinamismo gastronómico en el ámbito del turismo en relación a los equipamientos comerciales y la esencia misma de los mercados de abastos en cada periodo de tiempo.

Los nodos turísticos gastronómicos y su transformación en los mercados.

En la primera consolidación de acto comercial no se tenían puntos de encuentro establecidos para dinamizar el intercambio de diversos agentes que proveían materia orgánica y materia prima que consolide la actividad comercial y además como actos intervinientes el intercambio intercultural por la actividad comercial. Unos de las tendencias de esos años en materia de producción que impulsaba este intercambio comercial era la producción de cereales, olivos y vid que eran potenciales del auge dinamizador de intercambio o comercio en la parte del hemisferio oriental.

En contraste al hemisferio occidental en referencia a culturas pre colombinas, acto comercial a través de un intercambio o trueque siendo una figura modular de la actividad de intercambio más concurridos de la época fortalecían los aspectos del turismo comercial, siendo los espacios religiosos dentro de la cosmovisión de la cultura, los más representativos nodos de turismo de intercambio.

En la edad antigua las primeras estructuras dedicadas al comercio surgieron en la antigua Grecia, antes del siglo V a.C. Un ejemplo de ello es la Stoa de Átalo, que contaba con imponentes columnas en los extremos del edificio, donde los comerciantes de la época se ubicaban para vender sus productos, incluyendo alimentos.

Sin embargo, esta construcción también se utilizaba para eventos políticos, y los mercaderes aprovechaban la afluencia de personas para vender sus productos en ese contexto histórico.

Entre el siglo X-XIV, En Sevilla se concretizó la materialización de un edificio destinado al zoco, que es un comercio especializado que operaba diariamente, algunos de estos establecimientos de este tipo de mercado son: Porte de Clignancourt en París y el Portobello Road en Londres. También los establecimientos como bazares surgieron en el Oriente de África, siendo el Bazar de Damasco uno de los más destacados ya que atraían a los turistas por la comida de consumo directo y por la infraestructura del establecimiento siendo estos espacios con cúpulas o techos abovedados, remarcando este eje turístico del territorio.

En los años de 1500 y 1600, En el proceso de la industrialización, los establecimientos retomaron un valor innovado por la proyección, no obstante, la composición de la función y concepción de los mercados aún se conformaban principalmente de locales y la actividad comercial prima, se realizaba de forma directa entre consumidores y productos. Los ejemplares: Saint Germain en París, el Magdalena en Bruselas y el Haller Central en Estados Unidos.

En los años 1700 y 1800 el desarrollo de las materias de construcción en relación a los elementos estructural en hierro, facilitaron la conformación de establecimientos con mayor luz y mayor manejo de distribución para su función. Es por ello que la demarcación y el uso de los ambientes internos, buscaban la satisfacción del uso interno como equipamiento y no se centraba en lo susceptible de lo superficial. Todo el foco estaba basado en abastecer y tener mayor variedad de giros para la atracción del funcionamiento. Entre ellos destacan, el Mercado de la Magdalena (1824), el mercado de pescado Hungerford Fish Market (1835) y Les Halles Market de Paris (1853).

En el siglo XX el comercio centralizado y de cadena de suministros experimentó un crecimiento global significativo, siendo los modelos de la Escuela de Chicago los más influyentes en este ámbito. La nueva forma de ver e implementar la mezcla de usos comerciales y vivienda, y de almacenaje fue un empleo práctico que se fue replicando en varias ciudades de Europa y Norteamérica, que sembrada desde su paso de extranjeros fueron puntos llamativos y de abastecimiento tanto turístico como comercial en estos nuevos mercados de abasto. Entre los mercados más destacados se encuentra el Mercado

Billingsgate (1989) y el Mercado Larrys (1990). En trascurso de los avances de metodologías de construcción se valoró el concepto del retail y aparecieron los supermercados que empezó como una nueva tendencia de abastecimiento y desarrollo de nuevas ciudades emergentes y posicionadas.

En la actualidad, el avance cultural centro de estos establecimientos han adoptado nuevas corrientes de tendencias de actividades para impulsar también la interacción social y cultural de ambientes, funciones y espacios. Los grandes referentes son el mercado de la Barceloneta y mercados de Barcelona y Madrid, que han centralizado en la actividad gastronómica en una actividad diurna y social. Pero a su vez lo cambios colaterales también se vieron enfrentados en tener conciencia del valor institucional que va perdiendo emblemáticos equipamientos comerciales por el cambio.

Desarrollo de los mercados abastos en el Perú atreves de los años.

Los procesos que ocurrían desde la base del comercio en nuestro país, fueron gracias a los gobiernos y actividades completarías de desarrollo económico que interconectaron intereses dentro de nuestro país.

Años 1200-1533

Durante esta época, el Imperio Inca y la jerarquía que ejercían sobre su imperio, establecieron puntos estratégicos de comercios, estos puntos eran acompañados de expresiones culturales como danzas y melodías andinas. El lugar para establecer el intercambio de mercaderías entre alimentos y relacionados se denominan "Catu"; estos espacios abiertos situados en ejes estratégicos de desplazamiento, donde se llevaba a cabo el intercambio comercial.

Años 1532-1800

Dentro del gran monopolio de España en específico el de andaluz no pudo satisfacer la gran demanda de las colonias de las Américas, es por ello que la economía interna y la explotación mineral toman papeles importantes en el desarrollo comercial gastronómico eran complementarios para impulsaran los

puntos del comercio a gran escala como por ejemplo el puerto del callao, que fue vinculada con los centros productivos del territorio, el intercambio Inter colonial de mercados o puntos de comercial se consolidaba por fuerza el turismo , otras ramales que ocasionaron desde su cimientos el comercio de la esencia de alimentación fue por ejemplo en el mercado del baratillo, que en ese tiempo esclavos, indios y negros realizaban compras de alimentos.

Años 1821-1835

En los gobiernos de antaño se construyó mercados de abastos que sirvieron como puntos de encuentro y concentración para transeúntes, comerciantes ya que al ser establecimientos públicos permitía satisfacer el intercambio, atrayendo al desplazamiento comercial de diferentes regiones, como referente tenemos al mercado Ramón castilla; un establecimiento que desde su concepción fue pensaba para ser ejecuta como red de mercados de abastos mayoristas que satisficieran la nueva demanda de la informalidad de los años época republicana.

Años 1901-2000

Por el desarrollo de los procesos de construcción, tanto como el oriente y en el occidente en el desarrollo industrial de la masificación de los mercados centrales y abastos, atraían como nodo gastronómico esencial, por ejemplo el mercado de la concepción o el mercado central, que son equipamiento que se preparan para administrar y distribuir los alimentos de la demanda centralizada de alimentos, no obstante, dentro de estos mismo y aledaños proliferaba la abúndate diversidad de practicidad gastronómica que desencadenaría un nuevo modo informal de turismo gastronómico.

Años 2000-actualidad

En el panorama empiezan a surgir una serie de clasificación de mercados por su magnitud y radio de alcance de abastecimiento, entre ellos enmarcamos los mercados municipales y zonales, que se dividen en mayoristas y minoristas que se sectorizan de acuerdo al tipo de productos que se comercializa. Tomando en cuenta también la proliferación del comercio ambulatorio y otros agentes externos que deterioran la imagen y orden del establecimiento, en la actualidad el foco es la reorganización de la competencia de la demanda comercial en su

parte gastronómica, alimentos y otros, puesto que ellos muchas veces afectan al turista, porque estos centros son de recepción, la controversial manera de consumo en estos establecimientos de consumo directo, también es atraído por el retail informal de los espacios públicos ya que en este nuevo concepto, las masas se orientan a la variedad económica del producto, esto hace que exista mayor demanda y ese es un factor de variedad y atracción turística, que a nivel nacional de a está dando dentro de estos años. Entre la salubridad y el manejo de contaminaciones cruzadas por el manejo de implementación y alimentos preparados, han aumentado los índices de enfermedades estomacales e infecciones.

Evolución de la perspectiva del producto turístico comercial gastronómico en los mercados de abastos como crítica

La gastronomía es la manera de interpretar sensitivamente la cultura y el estilo de vida de un lugar, por lo consiguiente ejerce un sentimiento de pertenencia territorial. En este contexto, los mercados de abastos son lugares privilegiados de enfoque para observar la actividad social local con relación al consumo gastronómico, y más allá de lo intangible la trascendencia del producto, por ello Contreras, por medio de los mercados "pueden pulsarse los pueblos y sus tradiciones [...]. Cualquier mercado permite una aproximación a sus pueblos, a sus culturas" (Contreras, 2004: 17-18).

Es esencial también hablar de que los puntos centrales de turismo que son ocasionados por la gastronomía, son originarios por un intercambio cultural ocasionados por las migraciones. En el siglo XIX, la inmigración de esclavos de china, africanos y entre otros tuvo una relevancia en el impacto de la gastronomía peruana.

Dentro de las crónicas los esclavos asiáticos recreaban una especie de revuelto de residuos de comidas que se convirtió luego en un arroz chaufa que es la mezcla de verduras, trozos de embutidos, huevos y arroz salteado. Esto es una buena manera de ver la gastronomía como una fusión de eventos sociales y de necesidad que hoy en día atrae y mantiene los paladares nacionales e

internacionales desvelando el origen, desarrollo y cultura que prima para que se acentúe como expresiones culinarias.

Por otro lado, el hecho de que se pueda disfrutar también de la historia demuestra el interés de los turistas y visitantes en relación al origen primario de lo que comemos, a la vez que se establece una relación directa entre los anfitriones e invitados que eleva el producto gastronómico a producto turístico. Lógicamente, esta experiencia gastronómica no solo se refiere a los productores, sino también a una serie de sinergias que se generan entre las actividades agrícolas y el sector turístico. Por otro lado, dentro de las formas de experimentar la gastronomía son los mercados de agricultores o las ferias y festivales gastronómicos, donde producto y productor se convierten en los principales protagonistas y los que transmiten la autenticidad a los visitantes. Y cuando se habla de visitantes, se incluye tanto a los propios habitantes de la región o regiones cercanas, así como a los turistas internacionales" (Fusté-Forné, 2016)

Es imprescindible buscar y encontrar que como toda base de establecimiento busca la interconexión dentro de lo que provee y demanda, es por ello que la gastronomía y el turismo existe esta sinergia de impulsar uno con otro, ya que impulsa el sentimiento de lo oriundo que parte en estos establecimientos y que recrean un efecto en el exterior. Según un estudio, ha incrementado el número de restaurantes de comida peruana en los Estados Unidos, alcanzando aproximadamente 400 restaurantes en 2019. Esto lo indica APEGA en el año 2019.

2.4. Marco Normativo
(Visualizar en los anexos)

2.5. Referencias Arquitectónicas

Mercado de San Miguel – Madrid



Figura 33: Mercado de San Miguel

Arquitecto: Alfonso Dubé

Ubicación: Ubicado junto a la Plaza Mayor de Madrid (España)

Área: Tiene 2 plantas y una superficie de 1.200 m²

El mercado de San Miguel se considera como el centro gastronómico de Madrid, recibiendo más de 10 millones de visitantes anuales. En este mercado se pueden encontrar una gran variedad de platos y sabores de la gastronomía española, se percibe una esencia de la época contemporánea al visitarlo. Este es un lugar donde se puede experimentar la riqueza culinaria de España.

El mercado gastronómico busca una mejora de sus actividades tradicionales, iniciando con un mercado, y teniendo como referencia la Boquería de Barcelona, la cual tiene una buena oferta centrada en excelentes productos de muy buena calidad.

En el año de 1790 se produjo un incendio, por lo que se tuvo que demoler toda

la iglesia en el año de 1809, esto se realizó bajo la sugerencia de Juan Villanueva en el año de 1804. En base a ello se agranda el terreno que estaba en posesión de las casas cercanas. Y justo en esos momentos es cuando se empieza a efectuar la actividad comercial al aire libre, enfocándose más en lo que refiere a productos perecederos, y el solar se convierte en una plaza.

En el año de 1835 el Ayuntamiento inicia una remodelación en la plaza construyendo las calles y puestos fijos, esto se fue desarrollando de una manera ordenada y sobre todo teniendo en cuenta la higiene que se encuentran en auge en esa época. Es ahí donde empiezan los proyectos y obras convirtiendo el mercado en un mercado cubierto.

El mercado San Miguel cuenta con una planta baja con una estructura de metal compuesta por pilares de hierro fundido y un sótano destinado para almacenamiento. Además, destacan la configuración de los techos, el sistema de drenaje y el adorno en cerámica que adorna la parte superior del edificio.

Mercado la Paz – Madrid



Figura 34: Fachada del Mercado la Paz

Arquitecto: Antonio Ruiz de Salces

Ubicación: Distrito de Salamanca – Madrid

El mercado fue inaugurado en 1879, en su evolución ha tenido renovaciones en su interior, siendo la primera en 1943 y la segunda en los años ochenta donde se rescató el edificio de un posible abandono.

Cuando se piensa en un mercado tradicional, los puestos de comida, fruterías, carnicerías, pollerías o pescaderías vienen a la mente, estos ofrecen productos de alta calidad para las compras diarias. El Mercado de la Paz se creó para satisfacer las necesidades gastronómicas del centro de la ciudad.

El mercado municipal combina la estructura tradicional de hierro de los mercados antiguos con un diseño moderno y vanguardista, creando un espacio atractivo y único donde se pueden encontrar desde productos básicos hasta las delicatessen más sofisticadas.

Construido en un terreno elevado con una planta rectangular, cuenta con 70 puestos de venta, un acceso principal por la calle Claudio Coello y 17 escalones para subir, tiene 4 salidas a diferentes calles del barrio de Salamanca. Fue remodelado completamente en el año 1943 y de nuevo en los años 80



Figura 35: "Interior Mercado la Paz"



Figura 36: "Estructura del Mercado la Paz"

Mercado Roma



Figura 37: Corte del Mercado de Roma

Arquitecto: Michel Rojkind Ubicación: México City, México

Equipo: Rojkind Arquitectos - Michel Rojkind, Gerardo Salinas, Barbara Trujillo, Adrian Aguilar, Adrián Krezlik, Rodrigo Flores, Rodrigo Medina, Andrea León, Beatriz Zavala, Rosalba Rojas, Chic by accident - Emmanuel Picault, Ludwig

Godefroy

El Mercado de Roma es un lugar limpio y amplio, que, a pesar de ser un mercado, tiene un ambiente festivo. En el primer piso, se encuentran dos restaurantes, un bar y una azotea con un jardín vertical donde se cultivan productos frescos que luego son comercializados en el mercado. Los mercados son lugares cerrados donde los visitantes pueden recorrer los pasillos, escuchar el ruido de la gente, ver los colores y encontrar cocineros talentosos en pequeños puestos y productos naturales auténticos, son algunas de las ventajas de estos lugares.



Figura 38: Interior del Mercado de Roma



Figura 39: Interior del Mercado de Roma



Figura 40: Comedor del Mercado de Roma

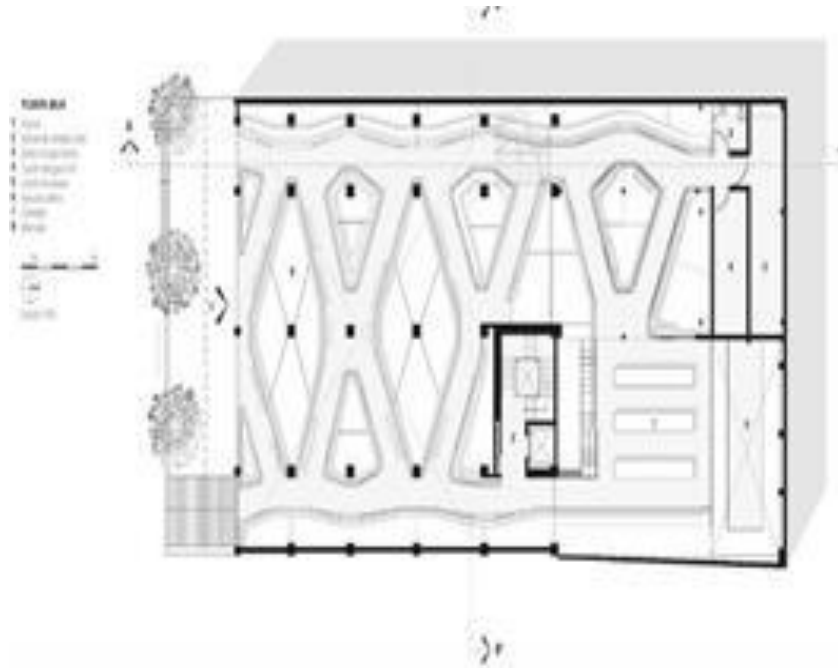


Figura 41: Primer nivel del Mercado de Roma

Mercado Santa Caterina Arquitecto: Enric Miralles Benedetta Tagliabue

Ing. Industrial: José María Velasco Rivas **Ubicación:** Barcelona, España

Constructora: COMSA, S.A.

Área construida: 7.000m²

La idea del mercado Santa Caterina, era que los habitantes cercanos tengan un lugar el cual los abastezca. Con el paso del tiempo, durante la posguerra y debido a la escasez de alimentos en varias comunidades, el mercado se convirtió en un lugar importante para abastecer a muchas personas cercanas.

- **Espacios:** El mercado cuenta con cuatro accesos, uno en la entrada principal, otros dos en las calles laterales y uno ubicado en la plaza detrás.
- **Planta:** El proyecto no tiene un plan específico para su uso interior, probablemente con la intención de recuperar la estructura de los antiguos mercados rurales. La cubierta sería una gran estructura que cubriría los puestos del mercado, los cuales no estarían organizados de manera previa. Los pasillos del mercado tienen un diseño irregular que facilita el acceso a los puestos centrales. En los alrededores del mercado hay varios negocios que ofrecen productos que no se

encuentran en los puestos interiores, así como bares y restaurantes. La gran cubierta consta de 3 naves, siendo la central la de mayor altura, aproximadamente 40 metros.

- **Parking:** Tiene 2 niveles subterráneos en los que se encuentran el estacionamiento y el área destinada a la recolección de basura y servicios de apoyo.
- **Plaza:** En la parte posterior se han construido dos plazas, una de ellas es abierta al público y conecta el mercado con el vecindario; la otra es más privada y se accede a través de las viviendas construidas en el plan de urbanización.

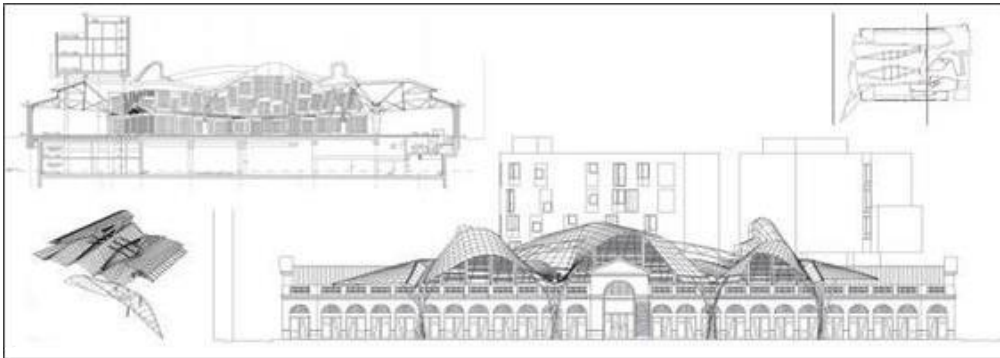


Figura 42: Fachada del Mercado Santa Caterina

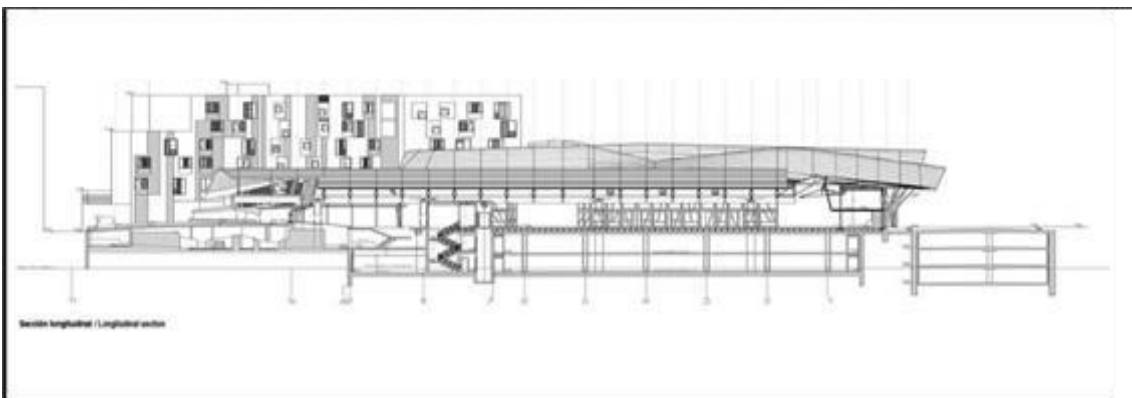


Figura 43: Fachada lateral del Mercado Santa Caterina

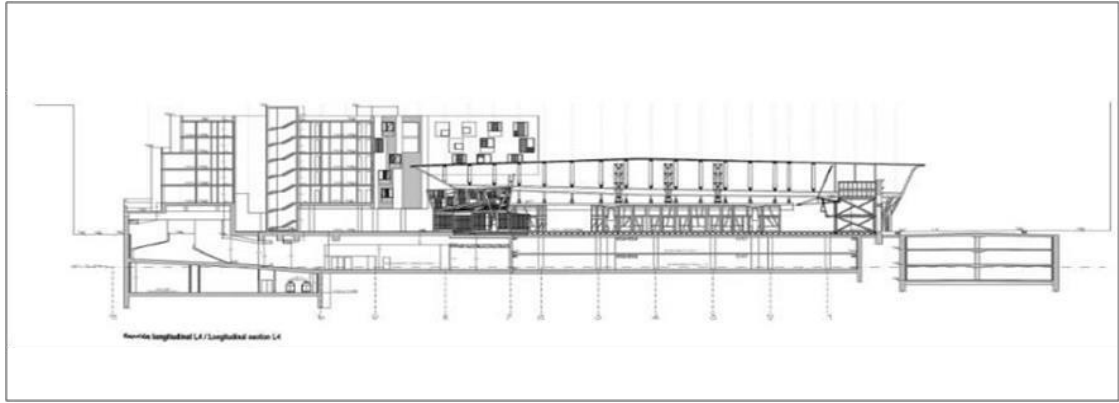


Figura 44: Fachada lateral del Mercado Santa Caterina

Su estructura está compuesta por bóvedas de madera irregulares, algunas de dos arcos y otras de tres arcos. Estas se apoyan en vigas de acero con sección y dirección variables, que a su vez están apoyadas en vigas y pilares de concreto. Un conjunto de tres grandes arcos con una longitud de más de 40 metros sostiene en el centro las vigas de acero trianguladas para evitar su colapso.



Figura 45: Techo del Mercado Santa Caterina



Figura 46: Comedor del Mercado Santa Caterina

a



Figura 47: Ingreso del Mercado Santa Caterina

Mercado del Río

Arquitecto: Morales Viscaria

Ubicación: Calle 24 48-28 Villa Carlota - El Poblado, Medellín Colombia

Área: 3375.0 M2



Figura 48: Fachada del Mercado del Río

El Mercado del Río es un mercado gastronómico que se inspira en los mercados gastronómicos del mundo, especialmente en el Mercado San Miguel. Su objetivo es ofrecer 37 opciones gourmet y una variedad de vinos y cervezas a precios similares a los de los supermercados. En el primer nivel, se encuentran los locales más pequeños, con una geometría basada en diagonales, triángulos y rombos, lo que le da al lugar una dinámica visual para evitar la monotonía que podría darse en un espacio único, son locales tradicionales de mercados, donde se vende una variedad de comida: ceviches, tapas españolas, crepes, arroces mixtos, hamburguesas gourmet, paellas, jamones, postres, etc. Además, en los espacios comunes a lo largo del recorrido y entre los locales se encuentran mesas tipo barra para compartir entre todos los locales, lo que permite a los grupos de familiares y amigos participar en cualquier lugar independientemente de dónde hayan comprado sus alimentos.

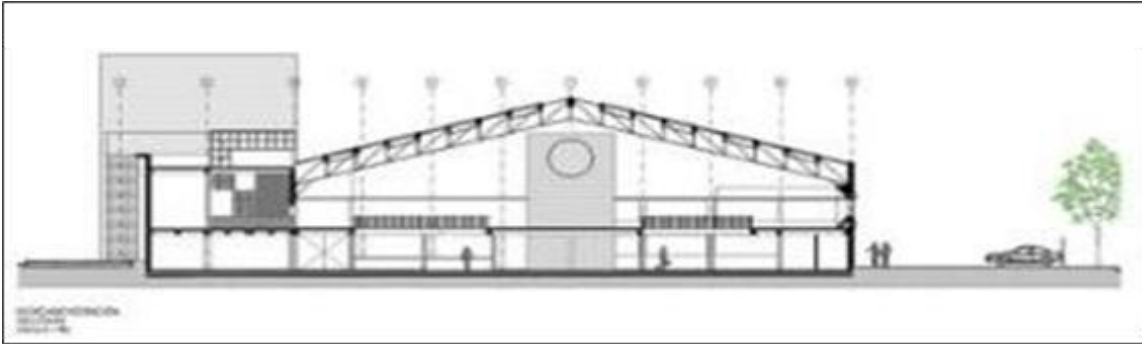


Figura 49: Corte del Mercado del Río

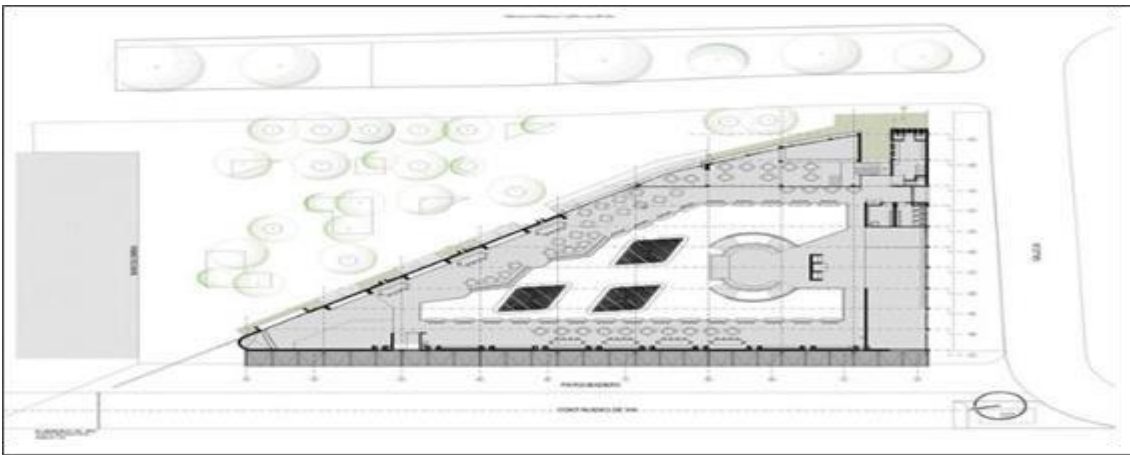


Figura 50: Planta del Mercado del Río

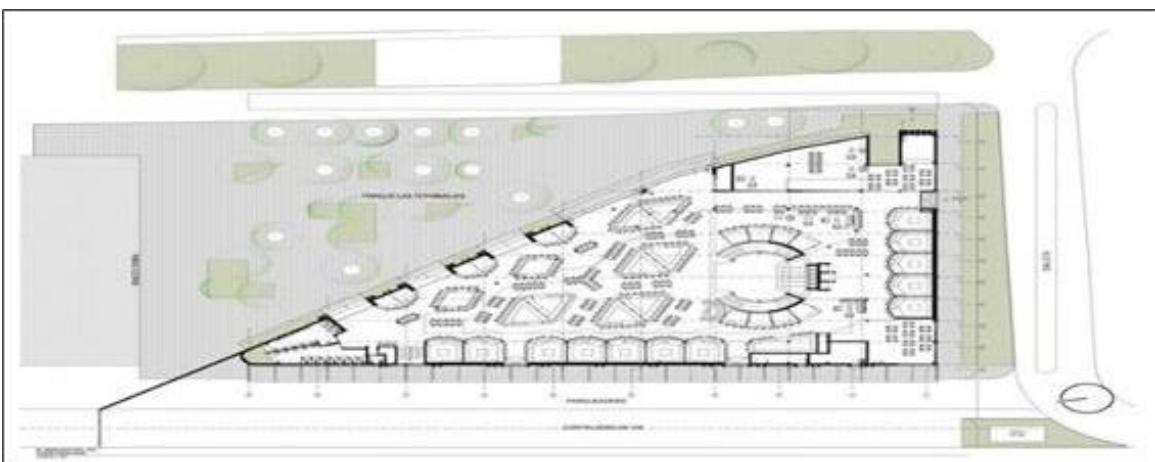


Figura 51: Planta del comedor Mercado del Río

La edificación cuenta con fachadas de cerramiento hechas de ladrillo visto, reciclados y combinados con nuevos ladrillos sólidos para crear los arcos de acceso y una torre que se destaca en la esquina y es el punto más alto del conjunto, conocida como la torre del reloj. Se complementa con láminas metálicas perforadas en óxido y con la estructura metálica expuesta a la vista, lo que refuerza el aspecto industrial de una antigua estación de tren deseado.



Figura 52: Planta del comedor Mercado del Río



Figura 53: Comedor Mercado del Río



Figura 54: Techo interior del Mercado del Río

Mercado de Sants

Arquitecto: Pere Falqués **Ubicación:** Barcelona (España) **Año de construcción:** 1913 **Tipo de edificio:** Aislado.

Superficie total: 4.863 m²

Superficie comercial: 2.583 m²

Remodelaciones: Finalizada en 2014

El objetivo de la remodelación del Mercado Sants es incentivar la gastronomía a través de la compra de los alimentos haciendo que nos dejemos llevar por nuestro paladar, esta joya de arquitectura modernista es uno de los mercados más visitados por extranjeros y locales, haciendo que se vuelva una atracción turística.

El edificio tiene una planta rectangular que sigue la alineación de la calle San Jorge y ocupa toda la manzana, con una estructura metálica cubierta con un revestimiento de obra vista. El espacio está estructurado en tres naves de iguales dimensiones con cubiertas de techo inclinadas a dos aguas. El arquitecto eligió un lenguaje arquitectónico que se desvía del modernismo y el edificio está compuesto por tres cuerpos con estilo modernista. La fachada se compone por tres secciones correspondientes a cada uno de estos cuerpos, cada una con una estructura piramidal coronada por pilares decorativos. La sección central es más alta que las laterales, tiene tres ventanas en forma de arco encima de las cuales hay un mosaico que representa el antiguo escudo de la ciudad. La fachada tiene una serie de ventanas estrechas con piezas de cerámica verde en el interior y unas cenefas de cerámica, que comparten con las fachadas laterales.

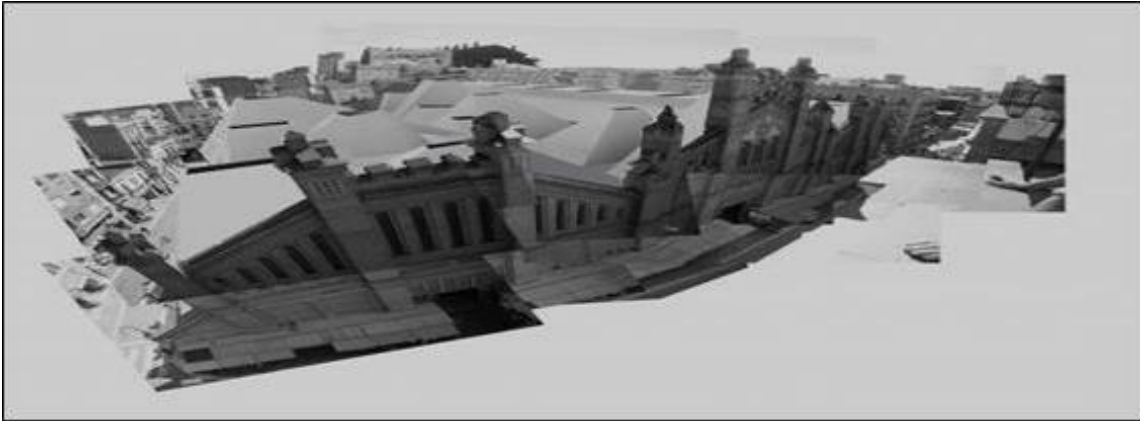


Figura 55: Fachada 3d del Mercado de Sants



Figura 56: Exterior 3d del Mercado de Sants



Figura 57: Interior 3d del Mercado de Sants



Figura 58: Cortes del Mercado de Sants

Este edificio tiene una forma rectangular con una estructura de acero expuesta en la fachada y un tejado impresionante. Diseñado por el arquitecto Pere Falqués, incluye decoraciones con cerámica y ladrillo. Al entrar, encontrarás varios puestos de comida y su ambiente es acogedor debido a la antigüedad de su construcción.



Figura 59: Mercado de Sants



Figura 60: Mercado de Sants



Figura 61: Mercado de Sants



Figura 62: Remodelación del Mercado de Sants

2.6. Justificación del Estudio

El estudio realizado se centra en examinar los Mercados de abastos, con el propósito de evaluar cómo la gastronomía, como una actividad complementaria, ha contribuido al impulso del turismo en los últimos años.

- Justificación teórica

Se recopilaron teorías y conceptos relacionados con las dos variables de estudio, tanto en los Mercados Gastronómicos como en el turismo gastronómico. Estos recursos serán utilizados para respaldar la presente investigación y otras similares que abarquen una o ambas variables. Además, la información recopilada servirá como base para desarrollar nuevas teorías en relación con el tema.

Para enriquecer nuestras variables, se tomaron en consideración guías, libros y teorías relevantes, tales como "Guía para la competitividad de Mercados de Abastos", "Diseño de Espacios Comerciales", "Turismo gastronómico", "Turismo gastronómico y enológico" y "Guía para el desarrollo del Turismo gastronómico".

- Justificación metodológica

La investigación se basa en un enfoque científico, que involucra la definición de las variables de estudio y la toma de decisiones en el análisis del tema. Es considerada una investigación básica, ya que se centra en dos variables principales: Mercado de Abastos y turismo gastronómico. Cada una de estas variables se desglosa en tres dimensiones, lo que le brinda mayor consistencia y fundamentación.

El diseño de la investigación es no experimental y transversal. Se recopilan datos en un momento específico, los cuales son validados mediante el juicio de expertos. Luego se lleva a cabo la encuesta a las personas seleccionadas como muestra. Los datos obtenidos se registran en una base de datos, que posteriormente se utiliza y analiza a través del programa SPSS para medir la confiabilidad del instrumento utilizado. Además, se realiza un análisis de correlación entre las variables y sus dimensiones utilizando el coeficiente de

correlación de Spearman.

- Justificación práctica

Este estudio servirá como respaldo y orientación para abordar temas relacionados con los Mercados de abastos y el turismo gastronómico. Además, permitirá abordar y solucionar un problema concreto, como la situación actual de los Mercados de abastos en el Perú. A través de las recomendaciones proporcionadas, se podrá contribuir en futuras investigaciones y acciones que busquen mejorar esta realidad.

2.7. Formulación del problema

- Problema General

El problema se envuelve en la existencia de la gran demanda en el sector del turismo gastronómico donde la gastronomía surge como una actividad complementaria capaz de relacionarse con las actividades de compra y promociona la ciudad donde los mercado de abastos como principal acogedor del turismo gastronómico en otros país no comparte la misma realidad en nuestro país , la gran mayoría de mercados tradicionales han perdido la función social que justifica su existencia y déficit en el campo arquitectónico como la infraestructura ,diseño de espacios comerciales la accesibilidad y conformación espacial dentro de los mismos no ayudan ni fomentan actualmente el turismo masivo en relación a la gastronomía y ; esto sumado con la preferencia de los usuarios en acudir a los supermercados y centros comerciales modernos, han causado gran perdida y desinterés en recuperarlos.

Pregunta general:

- **PG:** ¿De qué manera se relacionan los mercados de abastos como dinamizador del turismo gastronómico en los distritos de Lima Metropolitana, 2019?

Problemas Específicos

- **PE1:** ¿De qué manera la infraestructura de los mercados de abastos interviene en el atractivo turístico del turismo gastronómico en los distritos de Lima Metropolitana, 2019?
- **PE2:** ¿De qué forma el diseño de espacios gastronómicos en los mercados de abastos contribuye con la demanda turística del turismo gastronómico en los distritos Lima Metropolitana, 2019?
- **PE3:** ¿De qué manera la accesibilidad de los mercados de abastos se relaciona con el recurso turístico del turismo gastronómico en los distritos de Lima Metropolitana, 2019?

2.8. Objetivos

Objetivo General

- **OG:** Determinar la relación existente entre los mercados de abastos como dinamizador del turismo gastronómico para mejorar la experiencia gastronómica de los turistas en los distritos de Lima Metropolitana, 2019.

Objetivos Específicos

- **OE1:** Analizar de qué manera la infraestructura de los mercados de abastos intervienen en el atractivo turístico del turismo gastronómico en los distritos de Lima Metropolitana, 2019
- **OE2:** Determinar de qué forma el diseño de espacios gastronómicos en los mercados de abastos contribuye con la demanda turística del turismo gastronómico en los distritos de Lima Metropolitana, 2019
- **OE3:** Determinar de qué forma la accesibilidad de los mercados de abastos se relaciona con el recurso turístico del turismo gastronómico en los distritos de Lima Metropolitana, 2019

2.9. Hipótesis

Hipótesis General

- **HG:** Los mercados de abastos se relacionan significativamente como dinamizador del turismo gastronómico a través de su infraestructura, el diseño del espacio gastronómicos, y su accesibilidad en los distritos de Lima Metropolitana, 2019.

Hipótesis Específicos

- **HE1.** La infraestructura de los mercados de abastos por medio de los sectores abastecimiento alimentario, sector de almacenamiento y sectores de control y servicios son los que intervienen en el atractivo turístico del turismo gastronómico en los distritos de Lima Metropolitana, 2019.
- **HE2.** El diseño de espacios gastronómicos a través de su uso y función, área comercial gastronómica y las áreas de exposición de los mercados de abastos son los que contribuyen en la demanda turística del turismo gastronómico en los distritos de Lima Metropolitana, 2019.
- **HE3.** La accesibilidad de los mercados de abastos se relaciona significativamente con el recurso turístico del turismo gastronómico por medio de su circulación interna, circulación externos y accesos de ingresos en los distritos de Lima Metropolitana, 2019.

2.10. Alcances y limitaciones de la investigación

- Alcances

Se utilizarán los análisis realizados por **PROMPERU**, **APEGA** y **MINCETUR** enfocados al dinamismo del Turismo Gastronómico en nuestro país para el análisis de la investigación y además Se investigará la realidad problemática actual sobre los mercados de abastos actuales y establecimientos relacionados basándonos en el análisis realizado por la INEI en el año 2016 que describe estado físico y características de los mercados de abastos.

Se recabarán los conceptos y teorías con el fin de utilizarlas para identificar las variables con sus respectivas dimensiones e indicadores que sirvan de sustento para la investigación.

Se recolectarán datos a través de encuestas, las cuales serán evaluadas para medir el nivel de confiabilidad y relación de las variables planteadas en la investigación.

Se aspira a establecer un modelo referente con el enfoque a la optimización de los mercados de abastos y contribuyan con que el fomento el Turismo Gastronómico.

- Limitaciones

La movilidad urbana dentro de Lima Metropolitana no cuenta con un planeamiento articulado lo cual ayudaría mucho para visitas de supervisión de los mercados de abastos esto añadiéndole la distancia de las zonas de estudios que por rasgo se encontraban de manera dispersa en la bastedad de Lima Metropolitana hacían el trabajo más dificultoso.

No contar con un referente ejemplar de Mercados de Abastos que fomente el Turismo Gastronómico y promocióne a la ciudad, no como Producto sino como emblema de equipamiento comercial turístico para analizar.

Una limitación importante es el tiempo disponible que cuenta un estudiante de noveno ciclo, ya que por el ámbito laboral y requisitos de sus escuelas dificultan el desarrollo pleno de investigación por el cumplimiento de estas mismas.

Los Agentes intervinientes como la delincuencia Y la congestión vehicular concentrada en los alrededores de los mercados de abastos dificulta y vulnera la integridad del proceso de desarrollo la investigación y del investigador.

Por otro aspecto la falta de apoyo e incentivo recursos económicos de entidades privadas y públicas que pueda asistir los gastos que conllevan a la investigación.

La movilidad urbana dentro de Lima Metropolitana no cuenta con un planeamiento articulado lo cual ayudaría mucho para visitas de supervisión de los mercados de abastos esto añadiéndole la distancia de las zonas de estudios que por rasgo se encontraban de manera dispersa en la bastedad de Lima Metropolitana hacían el trabajo más dificultoso.

CAPÍTULO III. MÉTODO

III. METODOLOGÍA

El método descriptivo permite describir y establecer la relación entre varias variables mediante el análisis de una o más de ellas.

3.1. Tipo y diseño de investigación

Considerando el libro Metodología de la Investigación (2017), el diseño o experimental no implica la manipulación de variables. La recolección de datos se realiza en un solo momento para evaluar la confiabilidad de los instrumentos utilizados. Se representa en un diagrama:

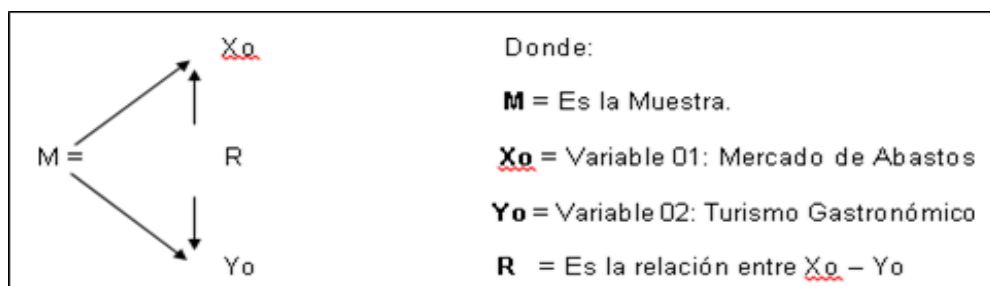


Figura 63: Diagrama de diseño de Investigación

Fuente: Elaboración propia

3.2. Estructura Metodológica



Figura 64: Estructura Metodológica

Fuente: Quinto (2018).

3.3. Variables, Operacionalización De Variables

Considerando como concepto teórico a las variables propuestas, se procederá a establecer una operacionalización de las mismas con el fin de entender el desglose para la investigación.

Definición de Variables

Variable Independiente: Mercado de Abastos

Son lugares donde negocios independientes se reúnen, generalmente en una ciudad. (Miquel Pérez, 2016). Son una parte importante para la distribución de alimentos, son lugares amplios y cubiertos donde se ofrece una variedad de productos, principalmente, alimentos frescos. (Molinillo Jiminez, 2002)

Variable Dependiente: Turismo Gastronómico

Según Leal Londoño (2015), es una forma de expresión de la sociedad actual, en la que la comida y bebida se convierten en una experiencia completa, creada por industrias que buscan brindar al turista una experiencia única. Para la OMT (2012), ha experimentado un aumento y se ha convertido en uno de los segmentos más innovadores del turismo; además, representa al territorio, paisaje, cultura y productos locales y, la autenticidad.

Operacionalización de Variables

Tabla 1

Operacionalización de Variables

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA/VALOR	ANGO	INSTRUMENTO
VARIABLE INDEPENDIENTE: MERCADO ABASTOS	INFRAESTRUCTURA	SERVICIOS DE ABASTECIMIENTO ALIMENTARIO	ORDINAL/ ESCALA DE LIKERT: 1 = DESACUERDO 2 = POCO DE ACUERDO 3 = MEDIANAMENTE DE ACUERDO 4 = PROBABLEMENTE DE ACUERDO 5 = DE ACUERDO	ALTA EDIA BAJA	CUESTIONARIO: DIMENSIÓN 01 :3P. DIMENSIÓN 02 :3P. DIMENSIÓN 03 :3P. SUBTOTAL: 9P.
		SERVICIO DE ACONDICIONAMIENTO ALIMENTARIO			
		SERVICIOS COMPLEMENTARIOS Y AUXILIARES			
	DISEÑO DE ESPACIOS GASTRONÓMICOS	DETERMINACION DE LA FUNCIONALIDAD			
		ESPACIOS FISICOS			
		ESPACIOS FLEXIBLES			
	ACCESIBILIDAD	CIRCULACION INTERNA			
		CIRCULACION EXTERNA			
		ACCESOS			

VARIABLE DEPENDIENTE: TURISMO GASTRONOMICO	ATRACTIVO TURÍSTICO	FERIAS GASTRONOMIC AS	ORDINAL/ ESCALA DE LIKERT: 1 = DESACUERDO	ALTA EDIA BAJA	CUESTIONARIO: DIMENSIÓN 01 :3P.		
		RUTAS TURISTICAS GASTRONOMIC AS					
		RECURSOS COMPLEMENT ARIOS					
	DEMANDA TURÍSTICA	DEMANDA INTERNA	2 = POCO DE ACUERDO		DIMENSIÓN 02 :3P.		
		DEMANDA EXTERNA					
		OFERTA TURISTICA					
	RECURSO TURISTICO	DESTINO TURISTICO	3 = MEDIANA MENTE DE ACUERDO		DIMENSIÓN 03 :3P.		
		FACTORES HUMANOS					
		FACTORES NATURALES					
	4 = PROBABLE DE ACUERDO					SUBTOTAL: 9P.	
	5 = DE ACUERDO					TOTAL, GENERAL: 18 P.	

3.4. Población y muestra

La población está determinada en contraste, basada en el análisis de la población del consumidor de la gastronomía peruana comparando distintas fuentes como del Perfil del turista que visita el distrito de Barranco. Según Turismo in y Promperú (2019) registra cierto flujo de turismo en nuestro país, donde se indica que a nivel nacional el turismo recibe 1 463 499 turistas, cifra registrada en año 2019 que representa un crecimiento del +2,7 % en comparación al 2018, en Lima Metropolitana se registra un total de 809 704 turistas en el consumo cultural de nuestros productos y recursos turísticos dentro de este se registra el gran motivador que es la gastronomía que según lo analizado en comparación a Barranco que es la zona de estudio este representa 25% en relación a Lima Metropolitana se tiene como cifra 202 426 turistas, posteriormente para el distrito de Barranco teniendo en cuenta la demanda culinaria en específico este representa el 11% con interés de consumo de la gastronomía que se determina como población sustancial : 22 270 turistas gastronómicos.

Se aplicó la fórmula:

$$N = \frac{N \times Z^2 \times p \times q}{d \times (N - 1) + Z^2 \times p \times q}$$

En donde:

N = Población

p = Probabilidad de acierto: **0.5 = 50%**

q = Probabilidad de error: **0.5 = 50%**

d = Nivel de error: **0.1 = 90%**

Z = Nivel de confianza: **1.645 = 90%**

Al calcular la muestra, el resultado es de 68 personas, que serán encuestadas para determinar la confiabilidad de la investigación:

$$N = \frac{22\ 270 \times 1.645^2 \times 0.5 \times 0.5}{0.1 \times (22\ 270 - 1) + 1.645^2 \times 0.5 \times 0.5} = 68$$

3.5. Técnicas e instrumentos de recolección y medición de datos, Validez y Confiabilidad.

Se emplearon técnicas de recolección de datos para relacionarse con la unidad de observación y poder estudiar los datos resultantes en cuanto a medida por medio de métodos de recolección y establecer su validez y confiabilidad, este instrumento se medirá con el coeficiente de correlación y a su vez pasará por el juicio de expertos para la validez.

- Técnica

La recolección de datos se hace mediante una encuesta que está conformada por 18 preguntas, la información fue ingresada a los programas computarizados Excel y SPSS. De esta manera, dicha encuesta tiene como principal fin obtener la información real y decisiva.

- Instrumento

Cuestionario de Mercados de abastos y Turismo gastronómico (Elaboración propia del investigador).

El instrumento utilizado fue una encuesta realizada a 68 personas. La finalidad fue recoger datos estadísticos para Mercados de abastos como dinamizador del Turismo Gastronómico en Lima Metropolitana.

Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Se utilizará un muestreo basado en la fórmula de proporción poblacional con una población específica. El instrumento utilizado será un cuestionario o encuesta. Esta técnica permite interactuar con las unidades de observación mediante el uso del "método de aplicaciones sumarias" o "escala de Likert", lo que permite medir las actitudes y conocer el grado de conformidad o disconformidad de un encuestado. Para ello, se han elaborado dos cuestionarios de nueve preguntas cada uno en relación a las dimensiones.

- **Cuestionario 01:** Percepción de los Mercados abastos
- **Cuestionario 02:** Percepción del Turismo Gastronómico

Procedimientos

Validez: Para Fernández, Hernández y Baptista (2010), la característica de la validez del instrumento es demostrar que la encuesta (instrumento) presente dominio de aquello va a medir. Para dicho objetivo, el instrumento que medirá las variables Mercados de Abastos y Turismo Gastronómico ambos han sido sometidos a un criterio de validación mediante un juicio de expertos cuyos resultados son los siguientes:

Tabla 2

Juicio de Expertos

EXPERTO	APLICABILIDAD	
	Instrumento 1	Instrumento 2
Mgtr. Reyna Vedesma Víctor Manuel	Aplicable	Aplicable
Mgtr. Espínola Vidal Juan José	Aplicable	Aplicable
Mgtr. Utia Chirinos Fernando Hernán	Aplicable	Aplicable

Fuente: Elaboración propia.

Confiabilidad: Para Hernández (2010, p. 311), la confiabilidad del instrumento se mide mediante el coeficiente de Alfa de Cronbach, que va de -1 a 1. Cero indica falta de confiabilidad y 1 indica confiabilidad máxima. A medida que el resultado se acerca más a cero, indica un mayor porcentaje de error. En la tabla 3 con el coeficiente de Alfa de Cronbach.

Tabla 3

Niveles de Confiabilidad

Muy baja	Baja	Regular	Aceptable	Elevada
0.0 - 0.20	0.21 - 0.40	0.41 - 0.60	0.61 - 0.80	0.81 - 100

Fuente: Elaboración propia.

El coeficiente de Alfa de Cronbach ayuda a medir la consistencia que tiene un instrumento, basado en la correlación de los ítems que arroja un resultado promedio, trabaja con valores ente 0 y 1 donde 0 determina la poca fiabilidad que existe y 1 el mayor grado de fiabilidad. Fernández, Hernández y Baptista (2010 p. 201)

Tabla 4

Niveles de confiabilidad

Resumen de procesamiento de casos			
Confiabilidad del instrumento		N	%
Casos	Válido	68	100,0
	Excluido	0	,0
	Total	68	100,0
Alfa de Cronbach	0,825	N de elementos	18

Fuente: Elaboración propia.

Los índices del Alpha de Cronbach estimados para cada dimensión de las variables de estudio, nos da como resultado que la confiabilidad es de 0,825 con una muestra de 68 personas. En conclusión, el instrumento presenta un alto grado de fiabilidad, teniendo en cuenta la tabla 02 se obtiene como resultado que es elevada.

Tabla 5

Rho de Spearman

VALOR	SIGNIFICADO
1	Correlación positiva perfecta
0.9 a 0.99	Correlación positiva muy alta
0.7 a 0.89	Correlación positiva alta
0.4 a 0.69	Correlación positiva moderada
0.2 a 0.39	Correlación positiva baja
0.01 a 0.19	Correlación positiva muy baja
0	correlación nula
-0.01 a -0.19	Correlación negativa muy baja
-0.2 a -0.39	Correlación negativa baja
-0.4 a -0.69	Correlación negativa moderada
-0.7 a -0.89	Correlación negativa alta
-0.9 a -0.99	Correlación negativa muy alta
-1	Correlación negativa perfecta

El Rho de Spearman ayuda a determinar la relación entre dos variables y las dimensiones de cada una de ellas. El valor va desde -1, que indica una correlación negativa perfecta, hasta 1, que indica una correlación positiva perfecta.

3.6. Métodos de análisis de datos

Se recolectará información en el distrito de Barranco mediante la aplicación de un instrumento validado por expertos. Para determinar la confiabilidad del instrumento, se utilizará el programa SPSS-22 y el coeficiente de correlación de Alfa de Cronbach. La información se recolectará mediante la fórmula de proporción en personas que estén en los mercados de abastos del distrito de Barranco. Los resultados se procesarán en el programa SPSS-22 para analizar la viabilidad del objeto de investigación. El Chi cuadrado de Pearson se usará para contrastar la hipótesis dentro de los resultados del programa.

3.7. Aspectos éticos

Este estudio se ha llevado a cabo siguiendo las leyes y regulaciones aplicables, así como las técnicas y fórmulas científicas necesarias para analizar y entender el proceso de manera consistente. Además, se ha utilizado la norma APA para proteger los derechos de autor en el campo de la investigación y garantizar la autenticidad de la misma. Esto es promovido por la Universidad César Vallejo para la investigación académica.

RECURSOS ADMMINISTRATIVOS

Recursos y Presupuesto

- Recursos

En esta parte de investigación se detallará los recursos utilizados para la elaboración de la misma y se analizará el presupuesto unitario de cada uno de los recursos

- Recursos materiales

Se empleó para la investigación los siguientes equipos informáticos para el desarrollo informativo como grafico de investigación:

- Una computadora estacionaria con un procesador Core i5
- Una computadora portátil Core i7 de séptima generación
- Una impresora multifuncional2
- Una maquina fotocopidora
- Un plotter Hp DesignJet T520
- Se empleó para la investigación los siguientes útiles de oficina:
 - Papel bond, Cuadernillos
 - Folders manila, Sobres manila
 - Engrapador, Perforador
 - Lapicero, lápiz, Portaminas, Borradores
 - Resaltadores

Se emplearon los siguientes materiales de lectura y compra, para el desarrollo conceptual y teórico de la investigación:

- Libro “Turismo Gastronómico impulsor del comercio de proximidad”, Leal Londoño, (2015)
- Libro “Diseño de Espacios Comerciales” Lynne Meshner, (2010)
- Libro “Turismo Gastronómico y Enológico” Esteban Curiel, (2015)
- Libro “El mercado central de Valencia”, Francisco Hidalgo Delgado, (2013)

- Guía “Guía de competitividad de mercado de Abastos”, Municipalidadde Lima, (2016)
- Libro “Investigación Científica”, Mario Bunge, (1967)

Se realizó para la investigación la compra del material mobiliario para el confort del estudio académico y para el desarrollo investigación:

- Un escritorio para uso de estudio
 - Una silla reclinable, rotativa 360°
 - Stand de Melanie con uso de depósito de material de lectura
- Recursos profesionales

En esta parte de investigación se pondrá a detalle la asistencia Profesional y se analizará el presupuesto unitario de cada uno de los recursos:

- Asistencia de un técnico Informático para el apoyo de la instalación del programa de SPSS
 - Asistencia de un asesor Metodólogo para el apoyo circunstancial de la investigación y su proceso
 - Asistencia de un técnico Informático especialista en Autodesk para la instalación de programas tales como AutoCAD
 - Asistencia de un técnico Informático especialista en programas de adobe para la instalación de programas tales como Photoshop, Illustrator
- Presupuesto

En esta parte de la investigación se tomará en cuenta el total de recursos utilizados en el transcurso del desarrollo, por lo cual se analizará el costo en soles para la elaboración del presupuesto de los recursos.

Tabla 6
Presupuesto

Presupuesto		
Costo de Servicios		COST. T S/1220
01	Servicio de Agua	S/200
02	Servicio de luz	S/300
03	Servicio de Internet	S/720
Costo de Movilidad		COST. T S/2040
01	Movilidad para el traslado	S/2040
Costo de Materiales		COST. T S/410
01	Libros	S/230
02	Útiles de Oficina	S/180
Costo de Equipos Informativos		COST. T S/8490
01	Una computadora estacionaria Core i5	S/1200
02	Una computadora portátil Core i7 de séptima generación	S/2200
03	Una impresora multifuncional	S370
04	Una maquina fotocopidora	S/420
05	Un plotter Hp DesingJet T520	S/4300
Costo de Profesionales por 6 meses		COST. T S/2400
01	Un asesor Metodólogo (universidad)	2400
02	Asistente especialista Informático (externo)	-
03	Asistente especialista Estadístico (externo)	-
Costo de Educativo		COST. T S/250
01 I Pensión educativa Universitaria		S/1350
Costo de Mobiliario		COST. T S/250
01	Un escritorio	S/100
02	Una silla reclinable	S/80
03	Stand de Melanie	S/70
Inversión Total		S/12 660

Fuente: Elaboración propia.

Financiamiento

El financiamiento para llegar al producto del trabajo de investigación en cierta manera es por parte de nuestros padres y familiares, ya que nos apoyan económicamente para el desarrollo de nuestro trabajo de tesis, y también contribuyeron con parte del financiamiento; ya que cubrimos los gastos fuera de la línea de la investigación que también influyen con el avance del proceso de desarrollo del estudio.

Cronograma de ejecución

Se organizan las actividades basado en el sílabo de la asignatura de proyecto de investigación I y posteriormente el informe de tesis de la escuela de Ingeniería y Arquitectura de la Universidad César Vallejo que nos ha proporcionado a cada alumno, lo cual se gráfica y se ve expresado en el siguiente cuadro

Tabla 7

Cronograma de ejecución de actividades

ACTIVIDADES		SEMANA DE EJECUCIÓN																							
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
1	COMPRENDE EL PROCESO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA	■																							
2	PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN		■	■																					
3	HIPÓTESIS Y OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN				■																				
4	DISEÑO DE INVESTIGACIÓN					■																			
5	OBSELECCIÓN Y MUESTRA						■																		
6	OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES							■																	
7	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS PARA								■																

	LA OBTENCIÓN DE DATOS																						
9	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS PARA LA OBTENCIÓN DE DATOS																						
10	REDACCIÓN DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN																						
NV	PRESENTACIÓN PRELIMINAR DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN																						
11	SUSTENTACIÓN DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN																						
12	APLICA LOS INSTRUMENTOS DE OBTENCIÓN DE DATOS																						
15	ANÁLISIS DE DATOS E																						
16																							

CAPÍTULO IV. RESULTADOS

IV. RESULTADOS

4.1. Análisis descriptivos:

Tabla 8

Mercados de abastos tabla

VARIABLE: Mercados de abastos					
		Frec.	%	% válido	% acumulado
Válido	3,00	27	39,7	39,7	39,7
	4,00	33	48,5	48,5	88,2
	5,00	8	11,8	11,8	100,0
	Total	68	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

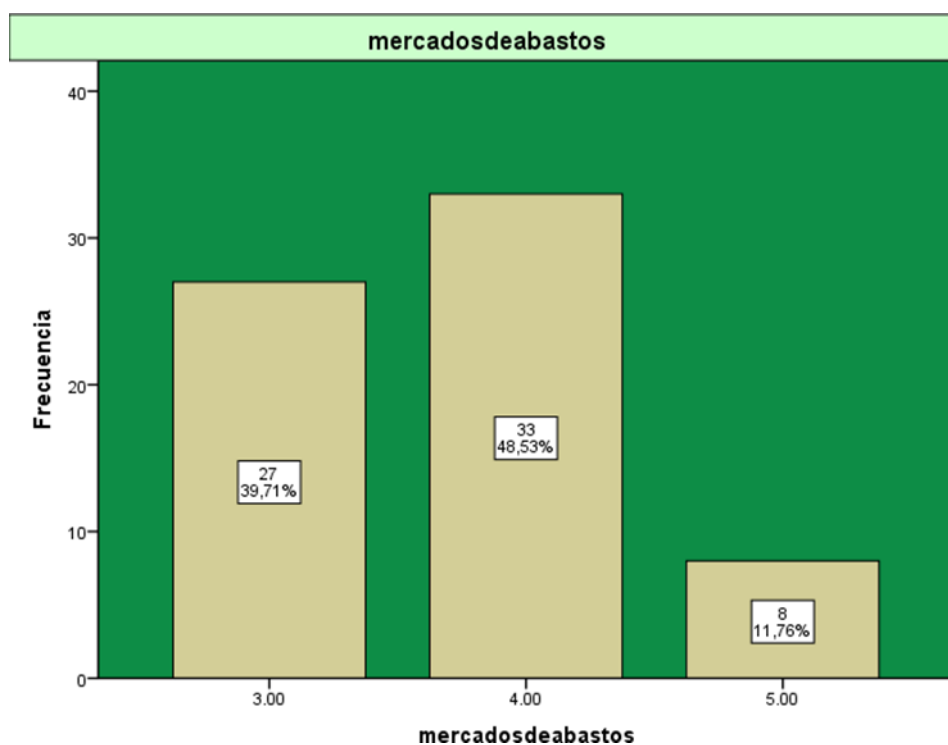


Figura 65: Mercados de abastos

Fuente: Elaboración propia

INTERPRETACION:

Figura 68: Mercados de abastosFuente: Elaboración propia

La tabla 8 y la figura 90 indican que de 68 encuestados en relación a la Variable Mercado de Abastos, 33 de ellos (48,53%) consideran que están probablemente de acuerdo con los Mercados de Abastos.

Tabla 9

Dimensión I: Infraestructura

DIMENSION I: Infraestructura					
		Frec.	%	%válido	% acumulado
Válido	1,00	3	4,4	4,4	4,4
	2,00	7	10,3	10,3	14,7
	3,00	36	52,9	52,9	67,6
	4,00	12	17,6	17,6	85,3
	5,00	10	14,7	14,7	100,0
	Total	68	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

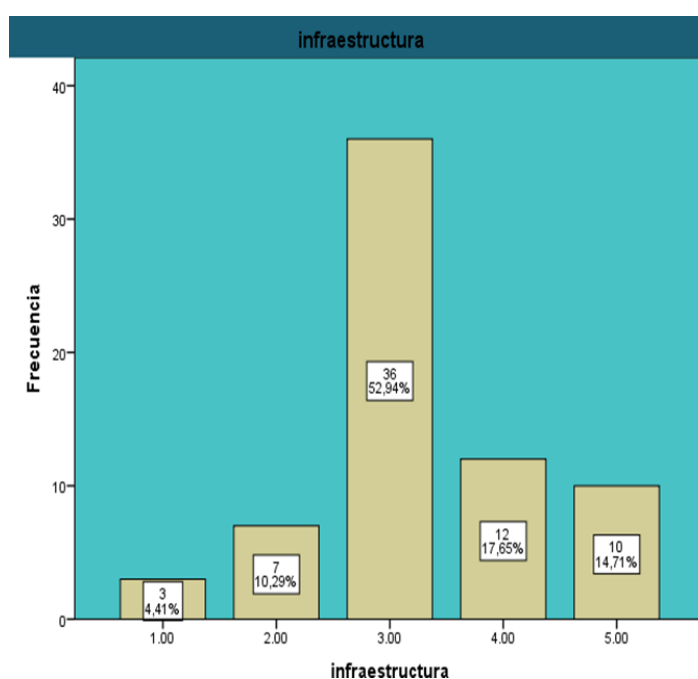


Figura 66: Dimensión I: Infraestructura

Fuente: Elaboración propia

INTERPRETACIÓN:

La tabla 9 y la figura 91 indican que de 68 encuestados en relación a la Dimensión Infraestructura, 36 encuestados (52,94%) consideran que están medianamente de acuerdo con la infraestructura.

Tabla 10

Dimensión II: Diseño de espacios gastronómicos

DIMENSION II: Diseño de espacios gastronómicos					
		Frec.	%	%válido	%acumulado
Válido	1,00	3	4,4	4,4	4,4
	2,00	7	10,3	10,3	14,7
	3,00	36	52,9	52,9	67,6
	4,00	12	17,6	17,6	85,3
	5,00	10	14,7	14,7	100,0
	Total	68	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

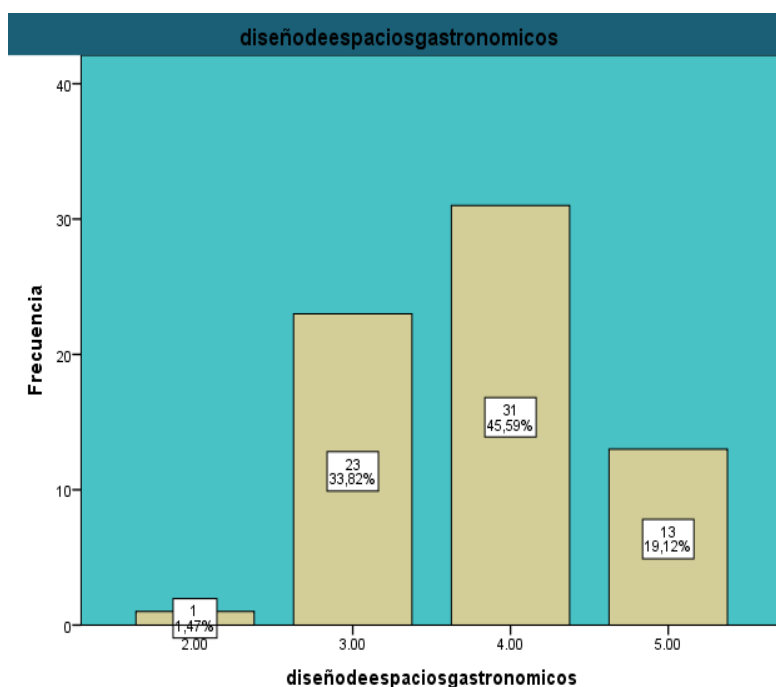


Figura 67: Dimensión II: Diseño de Espacios Gastronómicos

Fuente: Elaboración propia

INTERPRETACIÓN:

La tabla 10 y la figura 92 indican que de 68 encuestados en relación a la Dimensión Diseño de Espacios Gastronómicos, 31 encuestados que (45,59%) consideran que están probablemente de acuerdo con el Diseño de Espacios Gastronómicos.

Tabla 11

Dimensión III: Accesibilidad

DIMENSIÓN III: Accesibilidad					
		Frec.	%	% válido	% acumulado
Válido	2,00	1	1,5	1,5	1,5
	3,00	23	33,8	33,8	35,3
	4,00	31	45,6	45,6	80,9
	5,00	13	19,1	19,1	100,0
	Total	68	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

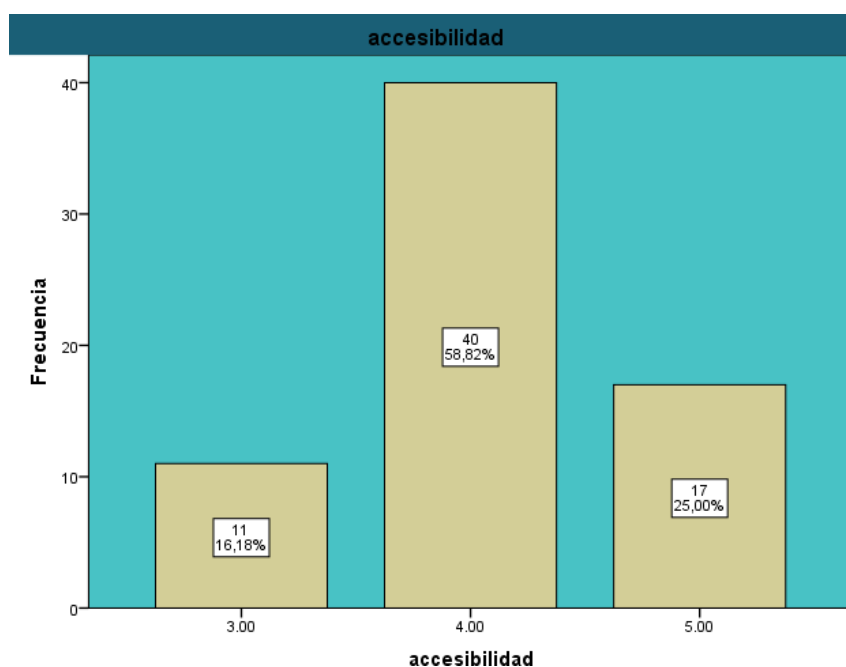


Figura 68: Dimensión III: Accesibilidad

Fuente: Elaboración propia

INTERPRETACIÓN:

La tabla 11 y la figura 93 indican que de 68 encuestados en relación a la Dimensión Accesibilidad, 40 encuestados (58,82%) consideran que están probablemente de acuerdo con la accesibilidad.

Tabla 12

Turismo Gastronómico

VARIABLE: Turismo Gastronómico					
		Frec.	%	% válido	% acumulado
Válido	3,00	11	16,2	16,2	16,2
	4,00	40	58,8	58,8	75,0
	5,00	17	25,0	25,0	100,0
	Total	68	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

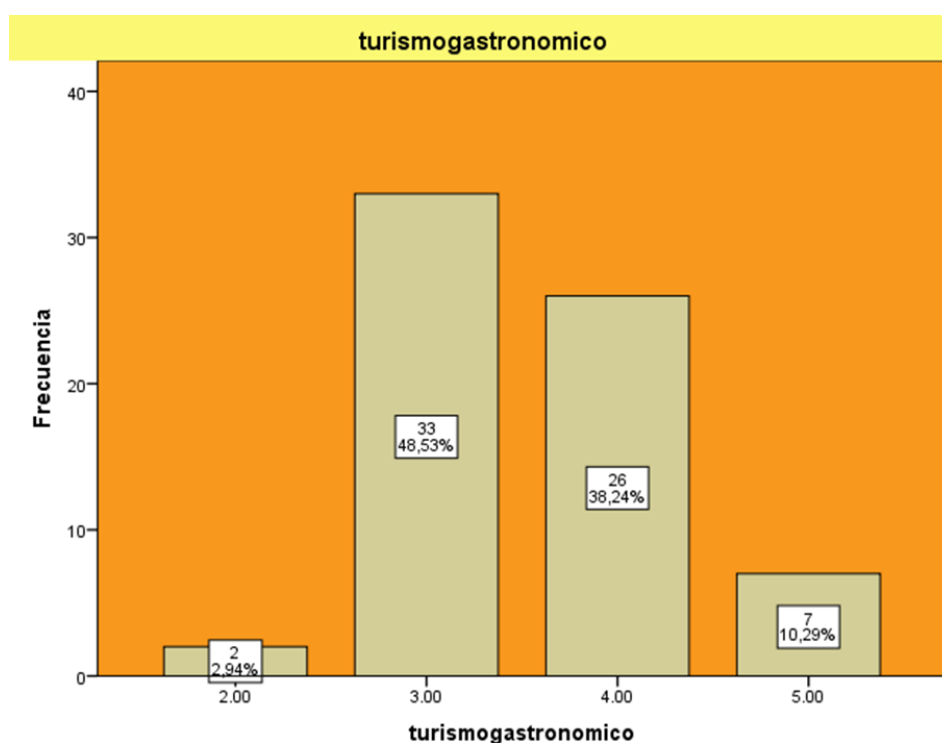


Figura 69: Turismo Gastronómico

Fuente: Elaboración propia

INTERPRETACIÓN:

La tabla 12 y la figura 94 indican que de 68 encuestados en relación a la Variable Turismo Gastronómico, 33 encuestados (48,53%) consideran que están medianamente de acuerdo con los Turismos Gastronómicos.

Tabla 13

Dimensión I: Atractivo Turístico

DIMENSIÓN I: Atractivo Turístico					
		Frec.	%	% válido	% acumulado
Válido	2,00	8	11,8	11,8	11,8
	3,00	39	57,4	57,4	69,1
	4,00	12	17,6	17,6	86,8
	5,00	9	13,2	13,2	100,0
	Total	68	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

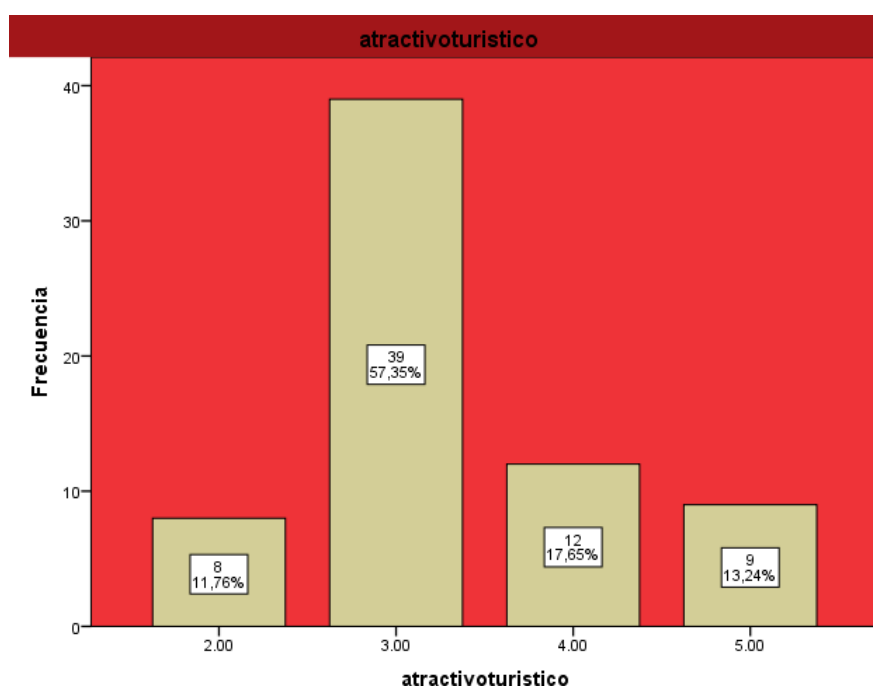


Figura 70: Dimensión I: Atractivo Turístico

Fuente: Elaboración propia

INTERPRETACIÓN:

La tabla 13 y la figura 95 indican que de 68 encuestados en relación a la Dimensión Atractivo Turístico han manifestado que 39 encuestados (57,35%) consideran que están medianamente de acuerdo con el atractivo turístico.

Tabla 14

Dimensión II: Demanda Turística

Demanda turística					
		Frec.	%	% válido	% acumulado
Válido	2,00	7	10,3	10,3	10,3
	3,00	32	47,1	47,1	57,4
	4,00	19	27,9	27,9	85,3
	5,00	10	14,7	14,7	100,0
	Total	68	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

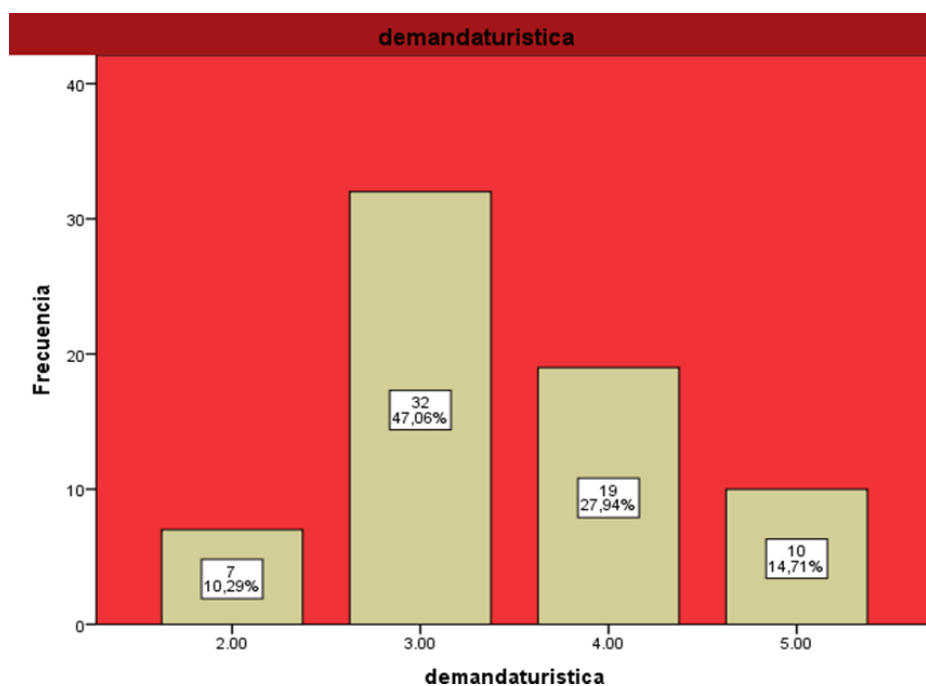


Figura 71: Dimensión II: Demanda Turística

Fuente: Elaboración propia

INTERPRETACIÓN:

La tabla 14 y la figura 96 indican que de 68 encuestados en relación a la Dimensión Demanda Turística han manifestado que 32 encuestados (47,06%) consideran que están medianamente de acuerdo con la Demanda Turística.

Tabla 15

Dimensión III: Recurso Turístico

Recurso turístico					
		Frec.	%	% válido	% acumulado
Válido	2,00	2	2,9	2,9	2,9
	3,00	22	32,4	32,4	35,3
	4,00	29	42,6	42,6	77,9
	5,00	15	22,1	22,1	100,0
	Total	68	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

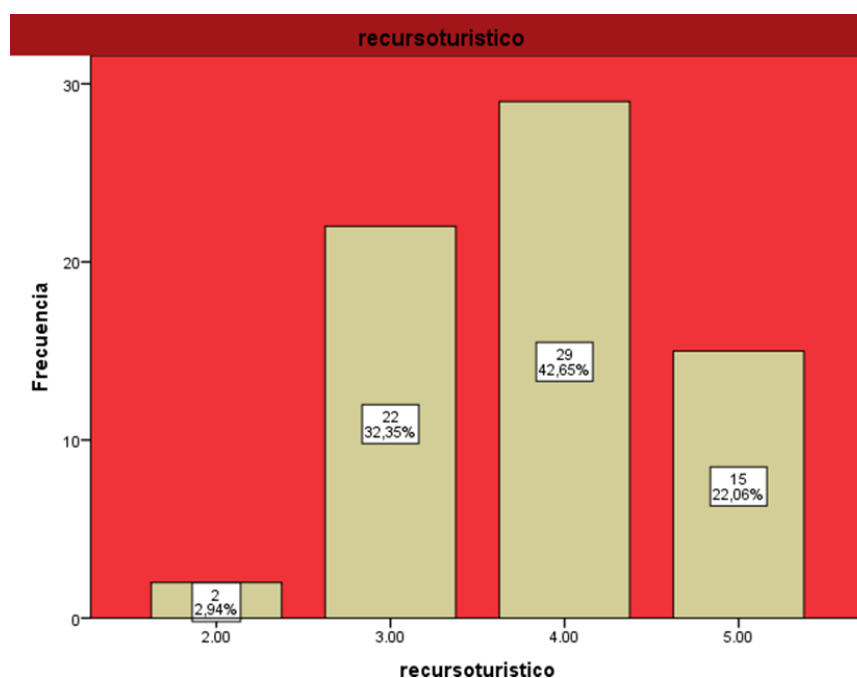


Figura 72: Dimensión III: Recurso Turístico

Fuente: Elaboración propia

INTERPRETACIÓN:

La tabla 15 y la figura 97 indican que de 68 encuestados en relación a la Dimensión Demanda Turística han manifestado que de 29 encuestados (42,65%) consideran que están probablemente de acuerdo con el Recurso Turístico.

4.2. Análisis inferencial

Prueba de la hipótesis

La finalidad de una prueba de hipótesis es determinar la confiabilidad del instrumento de investigación. Por lo tanto, se evaluó dicho instrumento estadísticamente para determinar la relación entre las variables.

La hipótesis se planteó:

Ho: No existe relación entre las variables

H1: Existe relación entre las variables

90% Nivel de confianza

0.10 A nivel de significancia

PRUEBA DE HIPÓTESIS GENERAL:

Se utilizó el RHO de Spearman, que es utilizado cuando los datos son rangos los cuales miden el orden, ejemplo: calificación de un servicio en una escala de 1 a 5 o 1 a 10.

- **Ho:** No existe relación entre el mercado de abastos con el turismo gastronómico según los consumidores del turismo gastronómico en el distrito de Barranco, 2019.
- **H1:** Existe relación entre el mercado de abastos con el turismo gastronómico según los consumidores del turismo gastronómico en el distrito de Barranco, 2019.

La tabla 16 demuestra que existe relación entre la variable mercado de abastos y la variable turismo gastronómico. Según Rho de Spearman el coeficiente de correlación es de 0,455, representado de esta manera el resultado como correlación positiva moderada con un nivel de significación de $p=0.000$ rechazando la posibilidad de hipótesis nula que indica que no existe relación entre ambas variables y aceptando positivamente la hipótesis del investigador.

Finalmente se precisa que la variable mercado de abastos se relaciona considerablemente con la variable turismo gastronómico según los consumidores del turismo gastronómico en el distrito de Barranco, con un Rho de Spearman de 0.455 y una significancia de $p=0,000$.

Tabla 16

Hipótesis General

CORRELACIONES				
			Mercado de abastos	Turismo gastronómico
Rho de Spearman	Mercados de abastos	Coeficiente de correlación	1,000	,455**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	68	68
	Turismo gastronómico	Coeficiente de correlación	,455**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	68	68
**. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).				

Fuente: Elaboración propia.

PRUEBA DE HIPOTESIS GENERAL

- **H₀**: No existe relación entre el mercado de abastos con el turismo gastronómico según los consumidores del turismo gastronómico en el distrito de Barranco, 2019.
- **H₁**: Existe relación entre el mercado de abastos con el turismo gastronómico según los consumidores del turismo gastronómico en el distrito de Barranco, 2019.

INTERPRETACIÓN:

La tabla 16 demuestra que existe relación entre la variable mercado de abastos y turismo gastronómico, según los consumidores del turismo gastronómico en el distrito de Barranco. El coeficiente de correlación es de 0,455, representado de esta manera resultado como correlación positiva moderada con un nivel de significación de $p=0.000$ rechazando la posibilidad de hipótesis nula que indica que no existe relación entre ambas variables y aceptando positivamente la hipótesis.

Finalmente se precisa que la variable Mercado de abastos se relaciona considerablemente con la variable Turismo Gastronómico según los consumidores del turismo gastronómico en el distrito de Barranco.

Tabla 17

Hipótesis Específica 1

CORRELACIONES				
			Infraestructura	Atractivo turístico
Rho de Spearman	Infraestructura	Coeficiente de correlación	1,000	,463**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	68	68
	Atractivo turístico	Coeficiente de correlación	,463**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	68	68
**. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).				

Fuente: Elaboración propia.

PRUEBA DE HIPOTESIS ESPECÍFICA I

- **Ho:** No existe relación entre el mercado de abastos con el turismo gastronómico según los consumidores del turismo gastronómico en el distrito de Barranco, 2019.
- **H1:** Existe relación entre el mercado de abastos con el turismo gastronómico según los consumidores del turismo gastronómico en el distrito de Barranco, 2019.

INTERPRETACIÓN:

La tabla 17 demuestra que existe relación entre la variable mercado de abastos con la variable turismo gastronómico según los consumidores del turismo gastronómico en el distrito de Barranco. El coeficiente de correlación Rho de Spearman es de 0,455, es decir, tiene una correlación positiva moderada con un nivel de significación de $p=0.000$ rechazando la posibilidad de hipótesis nula que indica que no existe relación entre ambas variables y aceptando positivamente la hipótesis. Finalmente se precisa que la variable Mercado de abastos se relaciona considerablemente con la variable Turismo Gastronómico según los consumidores del turismo gastronómico en el distrito de Barranco.

Tabla 18

Hipótesis Específica 2

CORRELACIONES				
			Diseño de espacios gastronómico	Demanda turística
Rho de Spearman	Diseño de espacios gastronómicos	Coeficiente de correlación	1,000	,405**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	68	68
	Demanda turística	Coeficiente de correlación	,405**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.

Fuente: Elaboración propia.

PRUEBA DE HIPOTESIS ESPECÍFICA II

- **Ho:** No existe relación entre la dimensión diseño de espacios gastronómicos de la variable mercado de abastos con la dimensión demanda turística de la variable turismo gastronómico según los consumidores del turismo gastronómico en el distrito de Barranco, 2019.
- **H1:** Existe relación entre la dimensión diseño de espacios gastronómicos de la variable mercado de abastos con la dimensión demanda turística de la variable turismo gastronómico según los consumidores del turismo gastronómico en el distrito de Barranco, 2019.

INTERPRETACIÓN:

La tabla 18 demuestra que existe relación entre la dimensión diseño de espacios gastronómicos de la variable mercado de abastos con la dimensión demanda turística de la variable turismo gastronómico según los consumidores del turismo gastronómico en el distrito de Barranco. De acuerdo al Rho de Spearman el coeficiente de correlación es de 0,405, representado de esta manera el resultado como correlación positiva moderada con un nivel de

significación de $p=0.000$ rechazando la posibilidad de hipótesis nula que indica que no existe relación entre ambas variables y aceptando positivamente la hipótesis.

Finalmente se precisa que la dimensión diseño de espacios gastronómicos se relaciona considerablemente con la dimensión demanda turística según los consumidores del turismo gastronómico en el distrito de Barranco.

Tabla 19

Hipótesis Específica 3

CORRELACIONES				
			Accesibilidad	Recurso turístico
Rho de Spearman	Accesibilidad	Coeficiente de correlación	1,000	,433**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	68	68
	Recurso turístico	Coeficiente de correlación	,433**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	68	68

Fuente: Elaboración propia.

PRUEBA DE HIPOTESIS ESPECÍFICA III

- **Ho:** No existe relación entre la dimensión accesibilidad de la variable mercado de abastos con la dimensión recurso turístico de la variable turismo gastronómico según los consumidores del turismo gastronómico en el distrito de Barranco, 2019.
- **H1:** Existe relación entre la dimensión accesibilidad de la variable mercado de abastos con la dimensión recurso turístico de la variable turismo gastronómico según los consumidores del turismo gastronómico en el distrito de Barranco, 2019.

INTERPRETACIÓN:

La tabla 19 demuestra que existe relación entre la dimensión accesibilidad de la variable mercado de abastos con la dimensión recurso turístico de la variable turismo gastronómico según los consumidores del turismo gastronómico en el distrito de Barranco. De acuerdo al Rho de Spearman el coeficiente de correlaciones de 0,433, representado de esta manera el resultado como

correlación positiva moderada con un nivel de significación de $p=0.000$ rechazando la posibilidad de hipótesis nula que indica que no existe relación entre ambas variables y aceptando positivamente la hipótesis.

Finalmente se precisa que la dimensión diseño de accesibilidad se relaciona considerablemente con la dimensión recurso turístico según los consumidores del turismo gastronómico en el distrito de Barranco.

CAPÍTULO V. DISCUSIÓN

V. DISCUSIÓN

1. Con referencia a la Hipótesis General, “los mercados de abastos se relacionan significativamente como dinamizador del turismo gastronómico a través de su infraestructura, el diseño del espacios gastronómicos, y su accesibilidad en los distritos de Lima Metropolitana, 2019.”, según los resultados con respecto a la opinión de los usuarios y turistas que acuden a los mercados de abastos y que consumen productos gastronómicos dentro de los mismos , se observa que la prueba de muestra del Rho de Spearman resulta con un valor de 0,463 lo cual representa según el cuadro de valor y significado una correlación positiva moderada, Además la significación bilateral de 0,000; al ser este valor menor que 0,1, rechaza la hipótesis nula y acepta la hipótesis alternativa.

Esto se sostiene por los expuestos teóricos que detallan la importancia y significancia que representan, en primer lugar, la infraestructura, según el MINSA en el reglamento sanitario de funcionamiento de mercado de abastos - 2004 ,nos detalla las condiciones de infraestructura mínimas para el correcto funcionamiento de los establecimiento que tengan la condición de mercado para este sea un adecuado captador de nuevos usuarios, esto también se contrasta que a través de los años se han visto envuelto de cambios y reestructuración de su infraestructura para servir y satisfacer la necesidad de los turistas, esto se ve representado en el mercado Les Halles Market, (1853), mercado billingsgate (1989) enfocados en el acondicionamiento de los productos alimenticios y los servicios de abastecimiento alimentario para la población, , posteriormente podemos hablar también de mercados contemporáneos inmersos ante el cambio contextual y adaptándose al cambio de interés gastronómico y demanda, como el mercado la Boqueria, y la Barceloneta que a través de sus espacios gastronómicos atraen a los comensales al equipamiento; Graf (2014), establece para los espacios gastronómicos, que es lugar donde se va a desarrollar el eje de las actividades y se convertirá en la directriz del funcionamiento del establecimiento, esto

refuerza el fundamento base de los nuevos mercado de abastos en relación a la gastronomía. Con respecto al análisis de mercados de abastos referentes que dinamicen el turismo gastronómico, el Mercado Santa Caterina en cuanto a la relación con el turismo gastronómico es eficiente debido a que la infraestructura, el diseño de espacios gastronómicos y su accesibilidad integrada reformulan una nueva idea de un equipamiento comercial contemporáneo como atractivo turístico y que atiende a las necesidades de sus usuarios, esta misma realidad la comparten el Mercados de la paz y el Mercado roma, que aun así siendo de países diferentes la tendencia gastronómica y demanda que surge en ellos hagan y compartan las mismas directrices para su funcionamiento como un nuevo recurso turístico que va creando nuevos nodos comercial para sus ciudades. Los resultados obtenidos en esta investigación brindan un sustento sólido para entender cómo los mercados de abastos pueden dinamizar el turismo gastronómico a través de su infraestructura, diseño de espacios gastronómicos y accesibilidad. Estos hallazgos contribuirán en el desarrollo de futuras investigaciones y proporcionarán recomendaciones que podrán ser empleadas para mejorar la situación actual de los mercados de abastos en el Perú. Por lo expuesto y en relación al 90% de confianza, se infiere que: los mercados de abastos se relacionan significativamente como dinamizador del turismo gastronómico a través de su infraestructura, el diseño de los espacios gastronómicos, y su accesibilidad en los distritos de Lima Metropolitana, 2019.

2. Para la Hipótesis Específica 01, “la infraestructura de los mercados de abastos por medio de los sectores abastecimiento alimentario, sector de almacenamiento y sectores de control y servicios son los que intervienen en el atractivo turístico del turismo gastronómico en los distritos de Lima Metropolitana, 2019.”, según los resultados con respecto a la opinión de los usuarios y turistas que acuden a los mercados de abastos y que consumen productos gastronómicos dentro de los mismos, se observa que la prueba de muestra del Rho de Spearman resulta con un valor de 0,463 lo cual representa según el cuadro de valor y significado una

correlación positiva moderada, además la significación bilateral de 0,000; al ser este valor menor que 0,1, rechaza la hipótesis nula y acepta la hipótesis alternativa. Instituciones como el ministerio de salud- MINSA establece reglamentos que indican que la infraestructura para un mercado es el carácter primordial de comercialización y atractivo que lo detalla en el reglamento sanitario de funcionamiento de mercados (2004). Con respecto a la infraestructura y el atractivo turístico en análisis de mercados de abastos referentes el mercado Santa Caterina se ve relacionado por sus servicios auxiliares y complementarios que se brindan dentro de ellos y a su vez al llamativo estructural que cubre al establecimiento y a la capacidad de abastecimiento alimenticio que brinda a los turistas de a pie y a la población interna de su ciudad a través de ferias turísticas.

Con respecto al mercado la paz, la relación de estas dos dimensiones se ven reflejadas en el acondicionamiento del área alimentaria que brinda por la diversificación de productos especializados que atraen a los turistas la cual establece nuevas rutas turísticas gastronómicas el cual comparte con los referentes expuestos.

Con respecto al mercado de roma, el servicio de abastecimiento de diversos productos en combinación a actividades complementarias se amalgama como un nuevo atractivo turístico social que brinda el establecimiento. Los resultados de esta investigación brindan evidencia sólida para respaldar la influencia de la infraestructura de los mercados de abastos en el atractivo turístico del turismo gastronómico. Estos hallazgos son relevantes para comprender cómo la estructura y los servicios ofrecidos en los mercados pueden contribuir al desarrollo de experiencias gastronómicas atractivas para los turistas. Espero que estos resultados sean de utilidad para su estudio y que contribuyan al avance del conocimiento en este campo. Entonces que en relación al 90% de confianza, se puede afirmar que: la infraestructura de los mercados de abastos por medio de los sectores abastecimiento alimentario, sector de almacenamiento y sectores de control y servicios

son los que intervienen en el atractivo turístico del turismo gastronómico en los distritos de Lima Metropolitana, 2019.

3. Con respecto a la Hipótesis Específica 02, “el diseño de espacios gastronómicos a través de su uso y función, área comercial gastronómica y las áreas de exposición de los mercados de abastos son los que contribuyen en la demanda turística del turismo gastronómico en los distritos de Lima Metropolitana, 2019.”, según los resultados con respecto a la opinión de los usuarios y turistas que acuden a los mercados de abastos y que consumen productos gastronómicos dentro de los mismos, se observa que la prueba de muestra del Rho de Spearman resulta con un valor de 0,405 lo cual representa según el cuadro de valor y significado una correlación positiva moderada, Además la significación bilateral de 0,000; al ser este valor menor que 0,1, rechaza la hipótesis nula y acepta la hipótesis alternativa, abarcando la relación de diseños de espacios gastronómicos y la demanda turística que se demuestran en los mercados de abastos de Santa Caterina, la paz y el mercado roma, a través de: el eje rector de su funcionamiento que es la gastronomía que ha generado una demanda turística en potencia a través de los años revalorando los espacios culinarios que genera una oferta turística para la demanda interna y externa del boom de la gastronomía existente en las áreas gastronómicas, áreas semi – húmedas, áreas húmedas. Según Moreno Gonzales “la demanda turística como conjunto de atributos y valores que los mercados requieren para satisfacer. por lo que en relación al 90% de confianza, se infiere que: el diseño de espacios gastronómicos a través de su uso y función, área comercial gastronómica y las áreas de exposición de los mercados de abastos son los que contribuyen e intervienen en la demanda turística del turismo gastronómico en los distritos de Lima Metropolitana, 2019.
4. En mención a la Hipótesis Específica 03, “La accesibilidad de los Mercados de Abastos se relaciona significativamente con el recurso turístico del turismo gastronómico por medio de los recorridos internos, recorridos externos y accesos de ingresos en los distritos de Lima

Metropolitana, 2019”, según los resultados con respecto a la opinión de los usuarios y turistas que acuden a los mercados de abastos y que consumen productos gastronómicos dentro de los mismos, se observa que la prueba de muestra del Rho de Spearman resulta con un valor de 0,433 lo cual representa según el cuadro de valor y significado una correlación positiva moderada, Además la significación bilateral de 0,000; al ser este valor menor que 0,1, rechaza la hipótesis nula y acepta la hipótesis alternativa, por lo que en relación al 90% de confianza, se infiere que: La accesibilidad de los Mercados de Abastos interviene y se relaciona significativamente con el recurso turístico del turismo gastronómico por medio de los recorridos internos, recorridos externos y accesos de ingresos en los distritos de Lima Metropolitana, 2019. Hay que acotar que esta relación también se ve explicada y demostrada en la lámina de discusión de referente arquitectónico correspondiente a la hipótesis específica 03, además con respecto al mercado Santa Caterina que la accesibilidad para sus espacios y zonas, convierte la conectividad en un atractivo turístico, ya que este brinda una dinámica de recorridos y funciones que revitalizan el modo de promover el consumo de productos gastronómicos que a su vez ha generado con relación a la accesibilidad que fomenta un nuevo destino turístico. Hay que acotar que con relación al mercado la paz, mercado roma y mercado santa Caterina son mercados tradicionales que la motivación de las personas promueve el consumo y enriquece el valor institucional y la accesibilidad se convierte en un plusvalía comercial –anexo lamina de análisis de referentes arquitectónicos.

CAPÍTULO VI. CONCLUSIONES

VI. CONCLUSIONES

1. Se concluye con respecto a la hipótesis general después de investigar y recopilar la información requerida y validando los conceptos, y contrastando la estadística de los instrumentos de medida se determina que: las dimensiones de infraestructura, diseño de espacios gastronómicos, y la accesibilidad, que se considere en los mercados de abastos, respaldada por la , se relación significativamente con la dinamización del turismo gastronómico en los distritos de Lima Metropolitana, 2019, dato que respalda esta conclusión es el valor de correlación de 0.455 correlación positiva moderada.
2. Se concluye con respecto a la hipótesis específica 01 El análisis de las dimensiones de sectores de abastecimiento alimentario, sector de almacenamiento, sector de control y servicios, que se considere en la infraestructura de los Mercados de abastos, lo cual serán necesarios para la intervención de los atractivos turísticos del turismo gastronómico para que respondan ante las necesidades de los consumidores y usuarios en los distritos de Lima Metropolitana, 2019 dato que respalda esta conclusión es el valor de correlación de 0.463 correlación positiva moderada.
3. Se concluye con respecto a la hipótesis específica 02 El análisis de las dimensiones de su uso y función, área comercial gastronómica y las áreas de exposición, que se considere en el diseño del espacio gastronómico de los Mercados de abastos, lo cual serán necesarios para la contribución en la demanda turística del turismo gastronómico en los distritos de Lima Metropolitana, 2019 dato que respalda esta conclusión es el valor de correlación de 0.405 correlación positiva moderada.
4. Se concluye con respecto a la hipótesis específica 03 El análisis de las dimensiones de la circulación interna, circulación externa y accesos que se considera en la accesibilidad de los Mercados de abastos, los cuales serán necesarios para relacionarse con los recursos turísticos del

turismo gastronómico para que respondan ante las necesidades de los consumidores y usuarios en los distritos de Lima Metropolitana, 2019 dato que respalda esta conclusión es el valor de correlación de 0.433 correlación positiva moderada.

Lima Metropolitana no cuenta con un referente gastronómico que cumpla con las características y definiciones que se han especificado hasta este punto en la presente investigación, producto de ello es que muchos de los establecimientos que conforman la red de mercados en el Perú, carecen de estándares normativos y problemas funcionales.

A manera de conclusión el Mercado de abasto surge como nueva alternativa de consumo contemporáneo, capaz de relacionarse con el turismo gastronómico para optimizar la experiencia gastronómica y dinamizar los recursos turísticos, atractivos turísticos y aumentar la demanda turística en los distritos de Lima Metropolitana, 2019.

CAPÍTULO VII. RECOMENDACIONES

VII. RECOMENDACIONES

Las recomendaciones de este capítulo que se dan, están en relación a los resultados de este estudio:

1. Se sugiere y recomienda con respecto a la hipótesis general y los conceptos relacionados a los mercados de abastos ya planteados en la presente investigación, emplear la guía de buenas prácticas de la fundación valenciana, que nos permite referenciar los criterios básicos y sustanciales para el funcionamiento de los mercados para un adecuado confort funcional que servirá a sus usuarios ante el contexto actual que viven los referentes comerciales de abastos en España, para poder mitigar las deficiencias de los mercados de abastos nacionales. Además estos análisis permiten establecer una relación de análisis del turismo gastronómico por medio de su infraestructura, diseño de espacios gastronómicos, y su accesibilidad influyan y promuevan los elementos del recursos turísticos, demanda turística y atractivos turísticos, por lo cual estos se adapten a la contemporaneidad del contexto actual y permitan brindar una mejor experiencia gastronómica, además tomar en cuenta los criterios básicos propuestos por leal Londoño en el 2015 en su libro del turismo gastronómico, impulsor del comercio de proximidad, los establece la relación interviniente de los establecimientos como los mercados que son la gran oportunidad de recuperar y revalorar la identidad de los mercados de abastos.
2. Se recomienda con respecto a la hipótesis 01 contrastar el Reglamento Sanitario de Funcionamiento de Mercados de Abastos, por el motivo que las atracciones turísticas según Prom Perú en el año 2000 “Los atractivos turísticos, son todos los lugares capaces de poder motivar los flujos turísticos hacia un destino, estos destinos tienen que contar con infraestructura la cual permita el acceso al público y donde haya servicios básicos”. Entonces se entiende que la infraestructura de los mercados se vincula a la motivación como atractivo turístico, entonces los criterios del reglamento mencionado establecen parámetros que inciden en este

punto.

3. Se recomienda con respecto a la hipótesis 02 involucrar las nociones de la guía de competitividad de los mercados de abastos, para contrastar las falencias que incurren en el diseño de este establecimiento, además profundizar más sobre el concepto de “Mercado de 2da Generación”, que abarca información sobre el proceso de reconversión de los mercados de abastos tradicionales con nuevos usos y funciones del espacio gastronómico y de los versátiles espacios flexibles que se vienen implementando en ellos, ya que el empleo de la Gastronomía, siendo una de las actividades complementarias que puede generar tendencias y relaciones para la sociedad para aumentar la demanda turística interna y externa, siendo el factor clave para la contribución y la dinamización del mismo.

4. Se recomienda con respecto a la hipótesis 03 analizar y profundizar “Territorios y los recursos turísticos” escrita por Javier Pardo Abad para entender la relación de los implicados, a través de estos conceptos que se deben tomar en cuenta también los cuatro principios que plantea Mesher Lynne, e involucrar los criterios de accesibilidad de la guía de buenas prácticas de mercados de la fundación valenciana para que los mercados de abastos por medio de su accesibilidad pueda promover recursos turísticos del turismo gastronómico, a través de estos conceptos que se deben tomar en cuenta, la integración del usuario y consumidor como ; el tipo de circulaciones, el entorno periférico, y los accesos al mercado que amalgaman la calidad de relación, con la intención de involucrar a todo tipo de usuarios y adaptarse a los estilos de vida contemporáneos que puedan tener, para el disfrute sin segregación, entre sus oportunidades, debilidades y obstáculos puedan disfrutar de los recursos turísticos gastronómicos.

CAPÍTULO VIII. PROPUESTA

VIII. PROPUESTA

El planteamiento de la propuesta arquitectónica se define como una propuesta que tiene como finalidad poder responder a las necesidades del usuario, y de la demanda interna y externa que se viene dando en el distrito (extranjero, poblador), a su vez busca soluciones para el impacto que ha generado tanto el comercio como la gastronomía en el distrito de Barranco, cabe resaltar que no solo se buscan soluciones a las necesidades de la oferta y la demanda sino que también se investiga como poder brindar al turista espacios donde pueda tener acogimiento y se pueda integrar con facilidad desde el entorno urbano que los rodea hasta las diversas zonas internas del establecimiento.

Es por ello que el proyecto arquitectónico tiene como objetivo principal ser un mercado como dinamizador del turismo gastronómico, donde los comerciantes puedan ofrecer sus innovadores productos culinarios, y los habitantes de la zona con los turistas extranjeros puedan degustar de la gastronomía generando un vínculo social donde intercambien cultura, además, en la propuesta se está teniendo en cuenta el diseño de los espacios gastronómicos para los servicios de abastecimiento alimentario que se brindaran en el mercado.

Finalmente, se elaboró una propuesta arquitectónica luego del análisis de organización, accesibilidad, flujos, concepto e idea principal, buscando una adecuada relación con el entorno urbano inmediato. Se tomaron en cuenta factores climáticos y no climáticos (exposición solar, vientos, equipamiento urbano, etc.), se graficó la funcionalidad y relación entre los espacios, ubicando el proyecto según los requerimientos del usuario, mejorando los ambientes y adaptándolos.

8.1. Concepción De La Propuesta Urbano Arquitectónica

En las ciudades de España teniendo como ejemplares ciudad de Barcelona y Madrid a mediados de siglo XVIII se partió por la recuperación de los equipamientos comerciales con la idea de la implementación de nuevas actividades de ocio, las cual en su desarrollo se complementó de manera inmediata a la actividad comercial, que por preferencia de la población se convirtió en una de las actividades principales dentro de los centros gastronómicos y se volvió tendencia por defecto la gastronomía”. Esto permitió captar el público nacional y extranjero, con el objetivo también de promocionar los nodos dentro de las ciudades, que se convirtió en focos de una red comercial al nivel internacional, donde se desarrolló como actividad complementaria en sus equipamientos más emblemáticos y representativo como: el mercado de santa Caterina, la Barceloneta, el mercado de san miguel de Madrid y la bosqueria de Barcelona.

Es por ello que hasta el día de hoy se mantiene el interés de conservar la esencia de los mercados, ya que en él permanece la gran oportunidad de variedad de oferta y demanda turística, lo cual también dinamiza la economía en este sector. Los mercados con la directriz de comercialización de productos también cumple el rasgo como lugar de encuentro ciudadano, que complementa el componente de relación social y se convierte así en un lugar de estancia pública para promover el turismo gastronómico, claramente no está en su relación sino en su oportunidad de ser un mercado de estar, de vivir, de convivir y enfrentar, que pueda el turismo gastronómico otorgar la nueva experiencia para el cliente y de integrar a las personas con el fin de promocionar a las ciudades. En la actualidad en diferentes países el boom Gastronómico en los Mercados también es hablar de identidad y la costumbre innata de una zona por lo que se ha convertido en un elemento indispensable para conocer la historia cultural, social, ambiental y económica de nuestros pueblos, distritos, barrios y de sus habitantes. Esto refleja la evolución que acompaña la modernidad y los distintos cambios de la urbe.

Entonces la gastronomía en el establecimiento se convierte en un recurso

esencial de nuestro patrimonio que hay que rescatar y no dejar que se sumerja en la informalidad, por ello nuestro país a escala mundial se convierte en un destino de innovación, calidad, excelencia y autenticidad por la gran oportunidad de la variedad culinaria que los mercados de abastos deben ser los grandes captadores y para que se conviertan en un producto clave como recurso turístico para dinamizar el turismo gastronómico, la cultura e integra la relación social en su variedad, cuya base es la venta de una experiencia única de una sensación sublime que no se puede perder.

8.2. Definición De Los Usuarios (Síntesis De Las Necesidades Sociales)

Para la elaboración de la síntesis de las necesidades, es importante considerar al usuario o usuarios que harán uso de los espacios en el Centro Gastronómico Cultural, para realizar diferentes actividades en determinados momentos del día. Considerando los trabajos previos y referentes arquitectónicos analizados, se puede definir a los tipos de usuarios, a través de la siguiente tabla:

Tabla 20

Usuarios – Gastronómico

USUARIOS	GATRONOMICO	USUARIOS PERMANENTES	Personal del Mercado	Administrador
				Contador
				Secretaria
				Personal de Mantenimiento
				Personal de Seguridad
			Personal Gastronómico	Chefs / Cocineros
				Mozo / Mesera
		Comerciante		
		USUARIOS	Consumidor	Cliente N° 1 / Ritmo bajo
				Cliente N° 2 /

		TEMPORALES	Ritmo medio
			Ciente Nº 3 / Ritmo alto
		Proveedor	

Tabla 21

Usuarios – Cultural

USUARIOS	CULTURAL	USUARIOS PERMANENTES	Personal del Centro Cultural	Recepcionista
				Personal Académico
				Secretaria
				Personal de Mantenimiento
				Jardineros
				Personal de Seguridad
		Personal Gastronómico	Chefs / Cocineros	
			Mozo / Mesera	
		USUARIOS TEMPORALES	Visitante	Usuario Nº 1 / Estudiantes
				Usuario Nº 2 / Bailarines
Usuario Nº 3 / Músicos				

Fuente: Elaboración Propia – 2020

Gastronómico

a) Usuario Permanente

Este grupo lo conforman usuarios que normalmente laboran o ejercen algún tipo de función diaria, en las instalaciones del mercado, desde la apertura, hasta el cierre del mismo. Los Usuarios Permanentes se clasifican en:

- **Personal del Mercado**

Los usuarios de este grupo, ocupan una función permanente dentro de la organización y política de funcionamiento del mercado, ocupando cargos desde el personal administrativo, hasta el personal de seguridad.

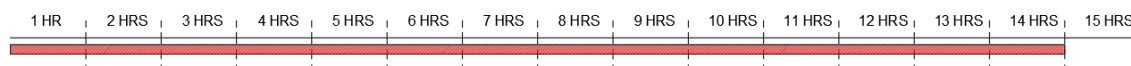
- **Personal Administrativo;** usuario encargado de mantener la organización y control del mercado. Realizan actividades como inspección de instalaciones y actividad comercial, organiza reuniones con asociados, responde a quejas, presenta soluciones que contribuyan con el buen funcionamiento del mercado.

Tiempo de permanencia aproximado:



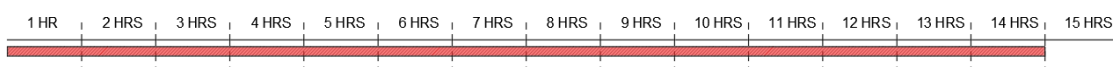
- **Personal de Mantenimiento;** usuario que se encarga de diversas actividades como, la limpieza del mercado, recolección de residuos, mantenimiento de las instalaciones e infraestructura del mercado.

Tiempo de permanencia aproximado:



- **Personal de Seguridad;** usuario encargado de mantener el orden dentro y fuera del mercado, cumple un rol importante puesto que brinda mayor seguridad a los demás usuarios, y esto es vital para que vuelvan a acudir en otra oportunidad.

Tiempo de permanencia aproximado:

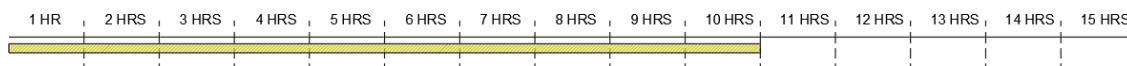


- **Personal del área Gastronómica**

Usuario que desempeña algún tipo de labor en las instalaciones de los puestos de comida especializada o restaurantes. Realizan actividades que van desde la

elaboración de platos, atención al cliente, exposición del proceso de cocina a través del show cooking. Este grupo de usuarios están conformados, por los chefs, cocineros, ayudantes de cocina, mozos o meseras, etc.

Tiempo de permanencia aproximado:



- **Comerciante**

Este tipo de usuario se encarga de ofertar los productos y servicios que ofrece el mercado, mantiene contacto directo con el consumidor, mediante la acción de compra y venta. Estos usuarios desempeñan su función principalmente, en el área de puestos de mercado, que varía de acuerdo al producto que se comercializa.

Tiempo de permanencia aproximado:



b) **Usuario Temporal**

Este grupo lo conforman usuarios que visitan el mercado en momentos determinados dentro del horario de actividades que presentarán estos establecimientos, pero no permanecen todo el tiempo de atención.

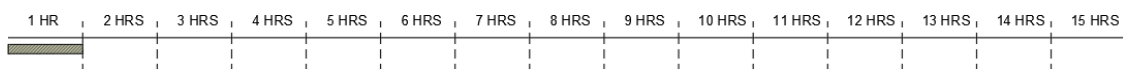
- **El Consumidor**

Este tipo de cliente corresponde al público en general, sin distinción de edad, género o alguna discapacidad física. Este cliente está orientado a realizar actividades de compra de productos y servicios, degustar de la gastronomía, participar en exposiciones (ferias, show cooking), conocer y aprender sobre la cultura culinaria e interactuar con otras personas en los espacios que se implementarán para la recreación y ocio. A continuación, se presentará como se clasifican de acuerdo al tiempo de estadía en los mercados.

- **Cliente N°1** (ritmo bajo); Este grupo lo conforman los usuarios que

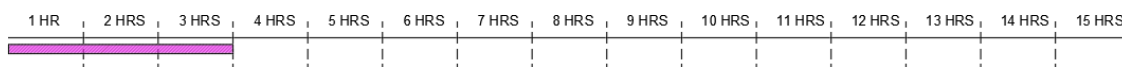
acuden al mercado para realizar compras en los puestos de venta del Mercado o puestos de comida especializada (pero solo para llevar), por lo que estancia en el lugar es muy corta.

Tiempo de permanencia aproximado:



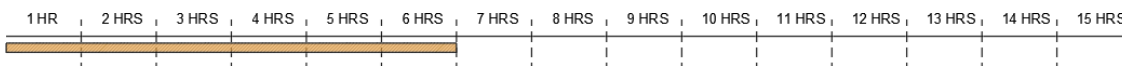
- **Cliente N°2** (ritmo medio); Este grupo lo conforman los usuarios que hacen uso del área especializada en gastronomía o del espacio recreativo y de ocio que proporcionará el Mercado puede realizar compras en los puestos de venta de productos, pero su estancia no es tan prolongada.

Tiempo de permanencia aproximado:



- **Cliente N°3** (ritmo alto); Este grupo lo conforman los usuarios que hacen uso de todas las instalaciones destinadas para los consumidores, desde los puestos de venta de productos, el área especializada en gastronomía y del espacio recreativo y de ocio que proporcionará el Mercado.

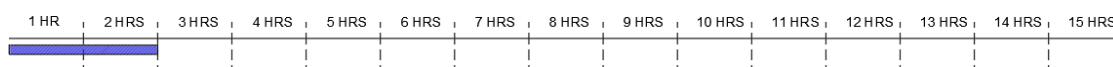
Tiempo de permanencia aproximado:



- **Proveedores y de Acopio**

Este grupo lo conforman usuarios que se encargan de abastecer el Mercado comotambién de recibir productos para su diversificación en la última cadena de distribución que están los mercados locales, a través de productos y mercancías. Normalmente ingresan por el área de estacionamiento y operan en un horario específico que establece la logística del mercado.

Tiempo de permanencia aproximado:



Cultural

a) Usuario Permanente

Este grupo lo conforman usuarios que normalmente laboran o ejercen algún tipo defunción diaria, en las instalaciones del mercado en el área de la zona cultural, desde la apertura, hasta el cierre del mismo. Los Usuarios Permanentes se clasifican en:

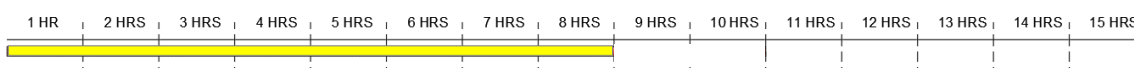
- **Personal del Centro Cultural;** Los usuarios de este grupo, ocupan una función permanente dentro de la organización y política de funcionamiento del área de cultura, ocupando cargos desde el personal administrativo, hasta el personal de seguridad.
- **Personal Administrativo;** usuario encargado de mantener la organización y control de la zona cultural. Realizan actividades como inspección de instalaciones y actividades de estudio, talleres, organiza reuniones con los maestros tanto académicos como de baile, responde a quejas, presenta soluciones que contribuyan con el buen funcionamiento del área.

Tiempo de permanencia aproximado:



- **Personal Académico;** usuario encargado de mantener la organización de los estudiantes en los diversos talleres que se encuentran en esta área cultural, como lo son los maestros de baile, talleres de pintura y talleres de música.

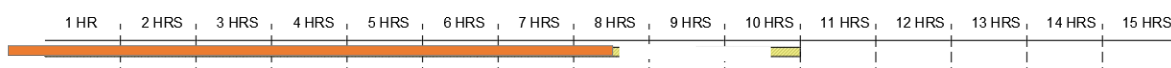
Tiempo de permanencia aproximado:



- **Personal del área Gastronómica;** Usuario que desempeña algún tipo de labor en las instalaciones del área de cultura en el restaurant. Realizan actividades que van desde la elaboración de platos, atención al cliente, exposición del proceso de cocina a través del show cooking. Este grupo de usuarios están conformados, por los chefs, cocineros,

ayudantes de cocina, mozos o meseras, etc.

Tiempo de permanencia aproximado:



b) Usuario Temporal

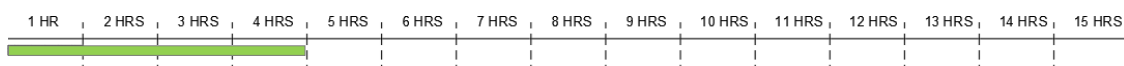
Este grupo lo conforman usuarios que visitan la zona cultural en momentos determinados dentro del horario de actividades, pero no permanecen todo el tiempo de atención.

- Visitante

Este tipo de usuario corresponde al público en general, sin distinción de edad, género o alguna discapacidad física. Este usuario está orientado a realizar actividades que tienen que ver con la distracción de la mente y participar en los ambientes como (área de exposiciones, galerías de arte, áreas de lectura). A continuación, se presentará como se clasifican de acuerdo al tiempo de estadía en la zona cultural.

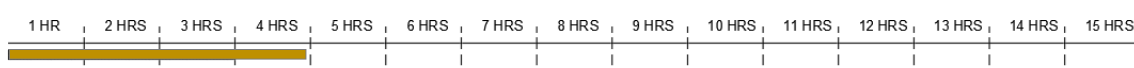
- **Usuario N°1** (estudiantes); Este grupo lo conforman los usuarios que acuden a los ambientes como bibliotecas, aulas de pintura (talleres de manualidades, etc.), por lo que estancia en el lugar es muy corta.

Tiempo de permanencia aproximado:



- **Usuario N°2** (bailarines); Este grupo lo conforman los usuarios que acuden a los ambientes como salones de baile, por lo que estancia en el lugar es muy corta.

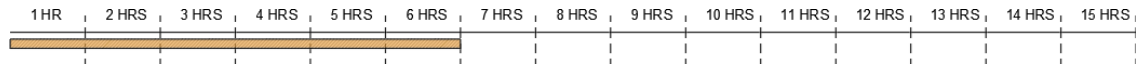
Tiempo de permanencia aproximado:



- **Usuario N°3** (músicos); Este grupo lo conforman los usuarios que acuden a los ambientes como salones de talleres de música utilizando

diversos instrumentos, por lo que su estancia en el lugar es duradera ya que también hacen presentaciones en la zona del patio de comidas.

Tiempo de permanencia aproximado:



8.3. Objetivos De La Propuesta Urbano Arquitectónica

OBJETIVO GENERAL

- OB.G. Diseñar un proyecto arquitectónico que exprese el carácter gastronómico y cultural del distrito de Barranco.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- OB1. Proyectar un equipamiento arquitectónico el cual se focalice en la integración de actividades complementarias tanto el ocio como la cultura.
- OB2. Proyectar un equipamiento en el cual proyecte la dinamización de la gastronomía como eje rector para el desarrollo de esta misma y poder otorgar al ciudadano un lugar de estar dinámico.
- OB3. Proponer espacios que causen sensaciones en el usuario y de sociabilización.

8.4. Aspectos Generales

8.4.1. Ubicación

La presente memoria descriptiva se refiere al desarrollo del proyecto Centro Gastronómico Cultural.

- DIRECCION: Jr. Arica
- DISTRITO: Barranco
- PROVINCIA: Lima
- DEPARTAMENTO: Lima

8.4.2. Áreas y Linderos

Áreas: El terreno está delimitado por las siguientes áreas:

a) Área del terreno:

Según datos de la Base Catastral de la Municipalidad distrital de barranco, el terreno contiene un área total de 6709.46 m²

b) Perímetro del terreno:

Según datos de la Base Catastral de la Municipalidad distrital de barranco, el terreno contiene un perímetro total un perímetro de 328.36 ml.

c) Linderos:

El terreno está delimitado con los siguientes linderos:

Por el norte: Colinda con el jr. Tejada



Figura 73: Mercado de Abastos

Por el sur: Colinda con el jr. Arica

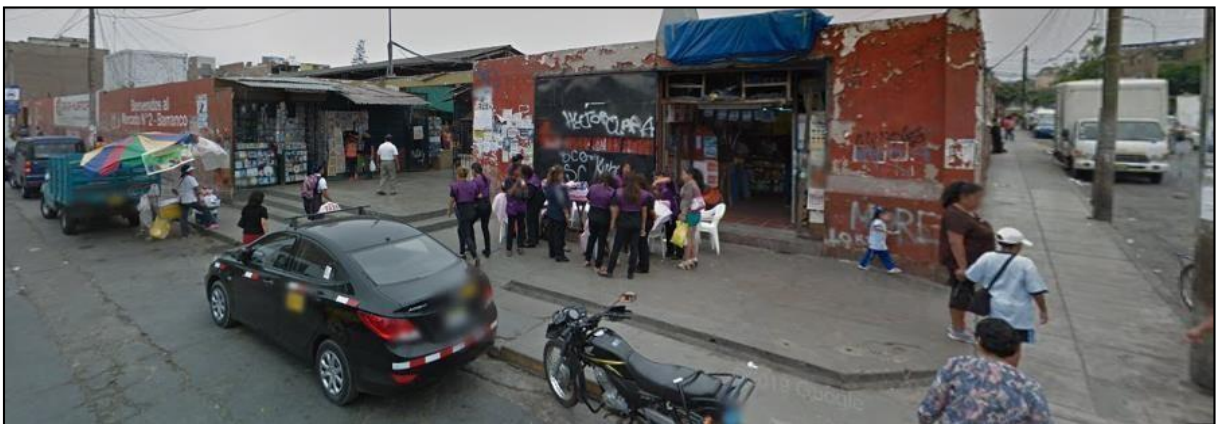


Figura 74: Mercado de Abastos Por el este: Colinda con la Av. Luna Pizarro



Figura 75: Mercado de Abastos

Por el oeste: Colinda con los lotes urbano (203, 5.06, 508, 510^a, 517, 514, 518, 520,212 y 200)

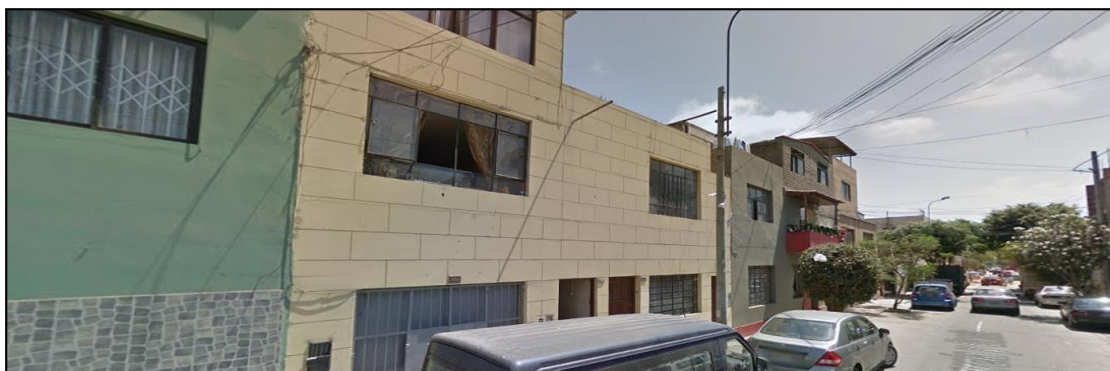


Figura 76: Mercado de Abastos

8.5. Características del Área de Estudio (Síntesis del Análisis del Terreno)

8.5.1. Topografía

El área de intervención se encuentra emplazado a una altitud con referencia al mar de 79 m.s.n.m, la cual presenta el gran porcentaje de área de la urbanización tejada alta, contraste a la parte más alta de la urbanización tejada alta que con referencia al mar se encuentra emplazado a 84 m.s.n.m.

Tabla 22

Relieve del Terreno de Intervención

Forma de Relieve	Altitud m.s.n.m.(MIN)	Altitud m.s.n.m.(MAX)	Pendiente	Ubicación	Variación de pendiente
Plano, Llano	78	79	0.2:1, decreciente hacia el Océano Pacífico	Distrito de barranco, Urbanización tejada alta	1 m

Fuente: Municipalidad distrital de barranco

Es preciso mencionar que estos datos favorecen en cuanto a la accesibilidad que se proyectará en el Mercado Gastronómico, puesto que, al no tener mucha diferencia en cuanto a la topografía, será más fácil el poder circular de manera fluida en todos los espacios que se ofrecerán, sin limitar el uso para personas con discapacidad motriz o psíquica. Para hacer el cálculo aproximado del perfil topográfico del terreno, se realizó un análisis a través del programa Google earth, el cual consiste en situar dos puntos referenciales, que se ubicaron estratégicamente en los límites del frente del terreno, el primer punto desde la intersección de la Calle José Gálvez con la Av. Circunvalación Sur y el segundo desde la intersección de la Av. Morales Bermúdez con la Av. Circunvalación Sur, presentando un perfil topográfico que asciende a 3.00 m, considerando el primer punto desde el nivel 0.00 m.

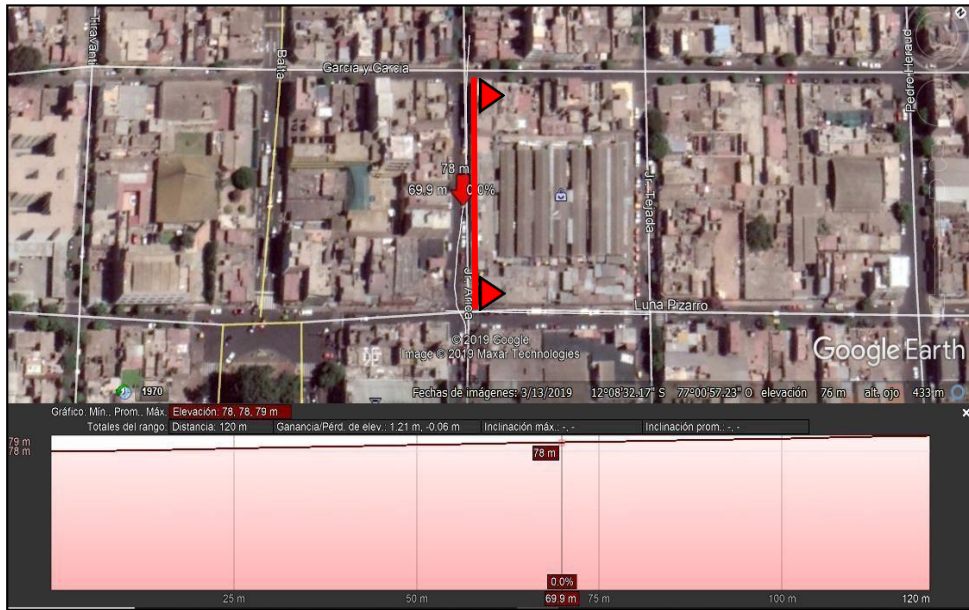


Figura 77: Perfil Topográfico P-1, del mercado N°2 de barranco
 Fuente: Google Earth 2020



Figura 78: Perfil Topográfico P-2, del mercado N°2 de barranco
 Fuente: Google Earth 2020



Figura 79: Perfil Topográfico P-3, del mercado N°2 de barranco

Fuente: Google Earth 2020

8.5.2. Accesibilidad

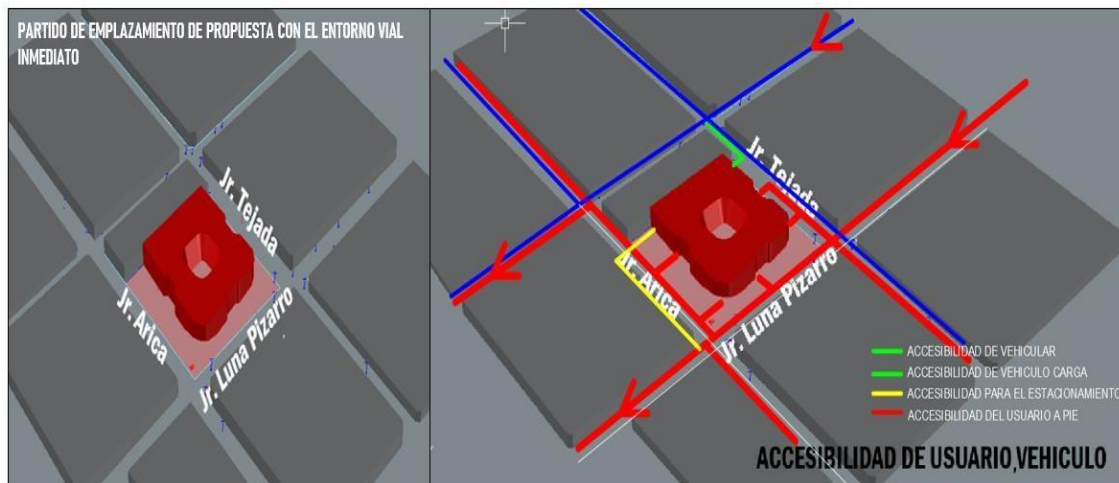


Figura 80: Accesibilidad de usuario, vehículo

Fuente: Elaboración propia 2020

El terreno cuenta con 3 accesos; por el norte con el Jr. Tejada, por el este con la av. Juan luna Pizarro, por el este con el jr. Arica siendo este más próximo a la intersección de la vía metropolitana av. República de Panamá y la av. Francisco Bolognesi.

Estas especificaciones muestran que el área de intervención escogida cuenta

con las condiciones y factores necesarios para instaurar un Centro Gastronómico Cultural que pueda satisfacer las necesidades de sus usuarios constituidos por la demanda interna y externa generado por el boom gastronómico que proporciona este distrito en la última década para así dinamizar el turismo gastronómico como un nodo turístico.

8.5.3. Aspectos Climatológicos

- **Clima:** El distrito de barranco presenta un clima desértico, caracterizado por ser templado y no presentar lluvias, salvo en la época de invierno que es poco frecuente. Las temperaturas varían entre 17°C y 24°C con una media anual de 19.4°C y una humedad relativa de 78%. La estación invernal es fría, con un alto porcentaje de humedad atmosférica, la cual varía de 80 a 90%, de verano a invierno. Las precipitaciones promedio es de 16 mm.
- **Asoleamiento:** El distrito de barranco al ubicarse en el hemisferio sur de la tierra, presenta una trayectoria solar que va en sentido de este a oeste con dirección al norte.

Para el estudio del asoleamiento, se situó un punto de referencia en la parte central del terreno, observando que la trayectoria solar recorre de este a oeste con una salida de los primeros rayos del sol a partir de las 7:27 horas y se oculta a las 19:03 horas, alcanzando su máxima altitud a la 13:00 horas con una elevación de 59.39° respecto a la superficie del terreno. Datos que nos muestra el análisis de Sunearthtools realizado el día 28 de julio del 2019.

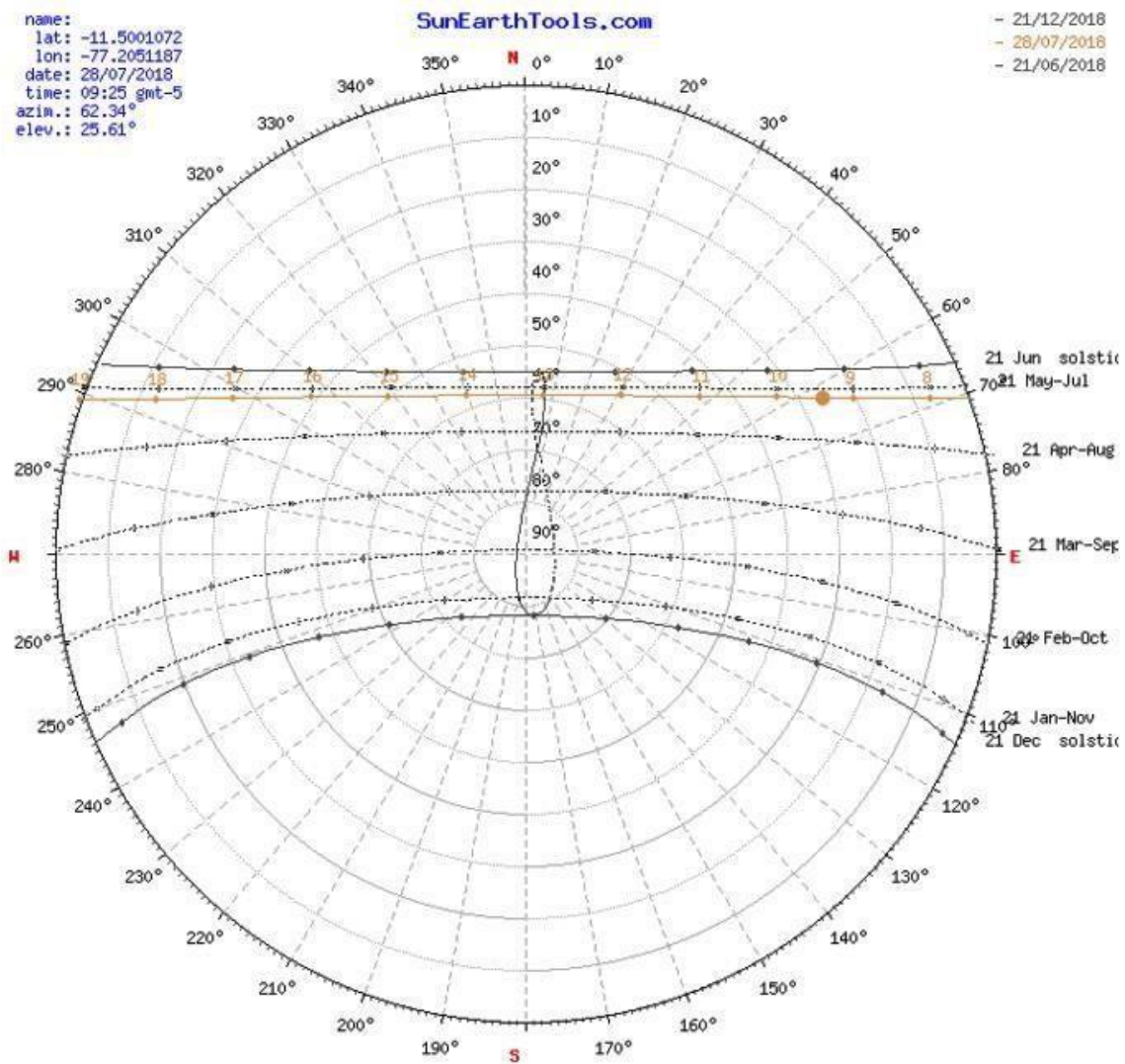


Figura 81: Carta Solar del Estudio de Asoleamiento del Terreno

Fuente: Sunearthtools 2018

Como se muestra en la carta solar, presenta menor incidencia de luz solar en los meses de mayo a julio en la época de invierno y mayor incidencia solar en los meses de enero a marzo, variando el horario de trayectoria solar, considerablemente.

De este análisis podemos concluir lo siguiente, la orientación ideal del proyecto debe tener un sentido hacia el norte, para el mayor aprovechamiento de la radiación solar, por el resto del año. Esto quiere decir que para los ambientes que necesiten emplear de luz natural por un tiempo alargado deben situarse colindante con el jr. Arica, espacios como, la zona administrativa o la zona recreación e incluso la plaza gastronómica del segundo nivel podría dejar un espacio abierto en esa dirección.

- **Vientos:** barranco presenta una velocidad máxima de viento de 38 km/h en los meses de junio a agosto, en la temporada de invierno.

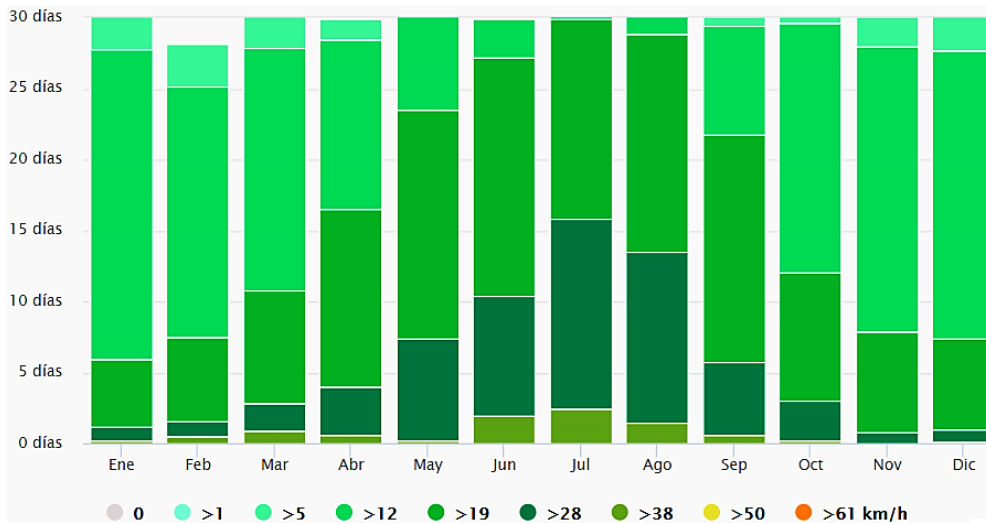


Figura 82: Velocidad del Viento

Fuente: Meteoblue 2019

Según la rosa de viento del distrito de barranco, muestra que la dirección del viento viene del suroeste y se desplaza con dirección al noreste. Este análisis es necesario considerar en el diseño, teniendo en cuenta que, si se desea exponer la edificación con fuertes vientos, debe orientarse la arquitectura hacia el sureste.

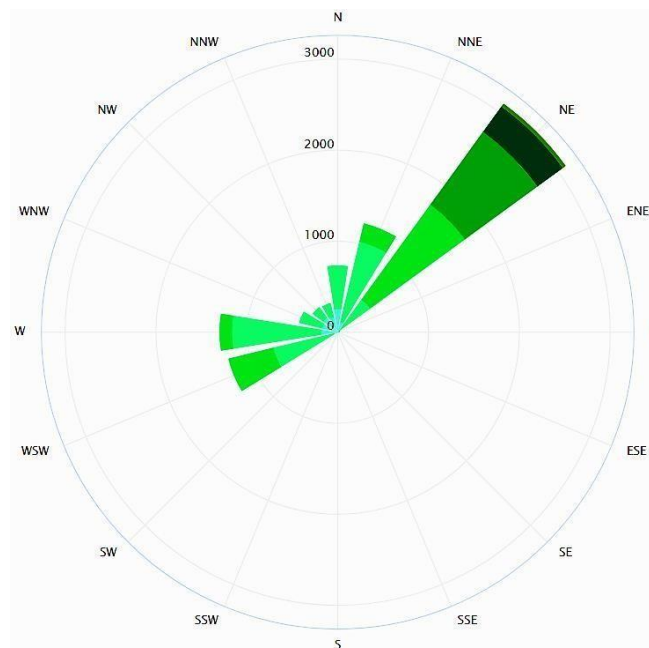


Figura 83: Rosa de Viento de barranco

Fuente: Meteoblue 2019

8.6. Análisis del entorno

Contexto (análisis del entorno mediato e inmediato)

Para determinar el contexto de los criterios de diseño y composición arquitectónica, se ha realizado un análisis del entorno y el terreno de intervención.

Criterio de Ubicación:

Considerando el análisis del entorno urbano, se identificó que el terreno de intervención se encuentra ubicado en una zona comercial con alto potencial, pues se encuentra y es uno de los mercados más grandes del distrito con mayor capacidad de atención a nivel distrital. Y cual en este mismo reside una variedad de giros atractivos para el usuario, nace dentro de la zona más reciente consolidada previo análisis a la morfología urbana, con característica de mayor dinamismo del sector 8.

Criterios Ambientales:

Considerando el análisis realizado en el punto de Aspectos Climáticos, se pudo identificar que la mayor incidencia solar se presenta en la parte norte del terreno y por lo mismo la proyección de la sombra de las edificaciones aledañas, se direccionan en sentido de norte a sur, sin embargo, el perfil urbano de este sector llega como máximo a los 4 pisos, para lo cual se deberán considerar las acciones necesarias que beneficien en el diseño. Asimismo, se deberá considerar la dirección de los vientos que para este caso se desplazan en sentido suroeste a noreste. El tipo de suelo es plano y no presenta mayor perfil topográfico.

Criterios para la ubicación de paquetes funcionales en el terreno:

Dado que las principales actividades del centro gastronómico cultural, son la comercialización de productos y servicios, agregando las actividades gastronómicas y de ocio centradas y enfocadas al giro gastronómico, éstas se ubicarán en el corazón del establecimiento con ingresos desde los accesos viales con dirección al jr. tejada, Jr., Arica, y la av. Luna Pizarro, por ser accesos más importantes al terreno, en busca de generar interacción pública.

Los espacios de las áreas de abastos estarán aledaños en colindancia con todas las vías, serán los espacios más próximos al público, empezando con el área semi húmeda, área seca, el área húmeda, área gastronómica y área cultural.

Los espacios de servicios estarán situados en un espacio el cual pueda cubrir la demanda de los demás espacios, considerándose que tendrá tres accesos a través del jr. Arica, jr. Tejada, y av., Luna Pizarro.

De esta manera los paquetes funcionales se vinculan urbanamente a los espacios y la trama urbana de la ciudad, manteniendo el orden y relación con el entorno urbano.

Criterios Espaciales:

Se plantea desarrollar el proyecto en el primer nivel como una zona pública para la difusión y promoción, relacionándolo con la manera de exhibición del producto gastronómico para dinamizar el consumo del turista y usuario

Materiales acabados:

Se considerará las tecnologías y sistemas constructivos que se han detallado en los siguientes puntos para causar un impacto visual agradable y que guarde relación con el entorno, sin perder la característica del equipamiento arquitectónico.

8.7. Estudio de casos análogos.

(Ver Referentes Arquitectónicos en los anexos)



UNIVERSIDAD UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	CURSO	AUTORES: • JULIO CESAR VILLAR LUZA • KATTELYN IRINA ESPINOZA SANDOVAL	ASESORA: DRA. ARQ. ISIS BUSTAMANTE DUEÑAS	N° DE LAMINA : 01
	PROYECTO DE INVESTIGACION (P.I)	TITULO DE INVESTIGACION: MERCADO DE ABASTOS COMO DINAMIZADOR DEL TURISMO GASGRONOMICO EN LIMA METROPOLINA, 2019 CASO: MERCADO N°2 DE BARRANCO	TEMA: DISCUSIÓN ARQUITECTONICA	

HIPOTESIS GENERAL

V.1 / MERCADO DE ABASTOS

V.2 / TURISMO GASTRONOMICO



R.A / 1

MERCADO DE SANTA CATERINA



R.A / 2

MERCADO DE LA PAZ



R.A / 3

MERCADO ROMA

DATOS DE LOS REFERENTES ARQUITECTONICOS

CONCLUSIONES

MERCADO DE SANTA CATERINA	MERCADO LA PAZ	MERCADO ROMA
ARQUITECTO: Antonio Ruiz de Salces UBICACIÓN: Distrito de Salamanca – Madrid ÁREA: -	ARQUITECTO: Enric Miralles Benedetta Tagliabue UBICACIÓN: Barcelona, España ÁREA CONSTRUIDA: 7.000m2	ARQUITECTO: Michel Rojkind UBICACIÓN: México City, México ÁREA CONSTRUIDA: -

Se concluye que, con respecto al Mercado Santa Caterina la relación de los mercados de abastos y el turismo gastronómico es eficiente debido a que la infraestructura, el diseño de espacios gastronómicos y su accesibilidad integrada reformulan una nueva idea de un equipamiento comercial contemporáneo como atractivo turístico y que atiende a las necesidades de sus usuarios, esta misma realidad la comparten el Mercado de La Paz y el Mercado Roma, que aun así siendo de países diferentes la tendencia gastronómica y demanda que surge en ellos hacen y comparten las mismas directrices para su funcionamiento como un nuevo recurso turístico que va creando nuevos nodos comerciales para sus ciudades.

1. ATRACTIVO TURISTICO	2. DEMANDA TURISTICA	3. RECURSO TURISTICO
------------------------	----------------------	----------------------

INFRAESTRUCTURA

Estos mercados cuentan con un conjunto de servicios los cuales son necesarios para que se pueda desarrollar más de una actividad. Las instalaciones cuentan con un adecuado funcionamiento, tanto como un servicio óptimo de abastecimiento de productos gastronómicos y de servicios complementarios para el servicio al usuario.



R.A / 1



R.A / 3

DISEÑO DE ESPACIOS GASTRONOMICOS

El diseño de espacios de los mercados en el interior, se encuentran distribuidos de acuerdo a las necesidades tanto del vendedor como del consumidor que brindan una satisfacción espacial en cuanto al desarrollo de sus actividades.



ACCESIBILIDAD

Los mercados son accesibles para cualquier tipo de persona. Los referentes cuentan con ingreso principal en el centro el cual permite el desplazamiento de una forma vertical con mejor fluencia.



R.A / 2

R.A / 1

1. Los mercados se caracterizan por vender productos para su consumo y atraer a los consumidores por sus ferias turísticas, a su vez también se convierten en el destino de una ruta gastronómica que ofrecen a simple vista las potencialidades de atracción de los mercados de abastos los cuales incentivan al turista nacional y extranjero a conocer su interior.



R.A / 2

2. La demanda turística, tanto interna como externa, generada por el consumo de diversos puntos gastronómicos revela que en estos referentes, a originado que se cree un nodo turístico en estos establecimientos, fomentando la oferta turística que promueve los mercados de abastos en relación al producto gastronómico.



R.A / 3

3. Si bien es cierto estos referentes promueven el consumo gastronómico, la capacidad de elección que tiene el consumidor se ve influenciado por las condicionantes de los factores colectivos que tienen las personas a su alrededor y también el entorno natural que ofrece el destino turístico.





UNIVERSIDAD UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	CURSO PROYECTO DE INVESTIGACION (P.I)	AUTORES: <ul style="list-style-type: none"> JULIO CESAR VILLAR LUZA KATTERYN IRINA ESPINOZA SANDOVAL 	ASESORA: DRA. ARQ. ISIS BUSTAMANTE DUEÑAS	N° DE LAMINA : 02
TITULO DE INVESTIGACION: MERCADO DE ABASTOS COMO DINAMIZADOR DEL TURISMO GASGONOMICO EN LIMA METROPOLINA, 2019 CASO: MERCADO N°2 DE BARRANCO			TEMA: DISCUSIÓN ARQUITECTONICA	FORMATO : A3

HIPOTESIS ESPECIFICA 1

D.1 / INFRAESTRUCTURA

D.2 / ATRACTIVO TURISTICO



R.A / 1

MERCADO DE SANTA CATERINA



R.A / 2

MERCADO DE LA PAZ



R.A / 3

MERCADO ROMA

DATOS DE LOS REFERENTES ARQUITECTONICOS

CONCLUSIONES

MERCADO DE SANTA CATERINA

ARQUITECTO: Antonio Ruiz de Salces
UBICACIÓN: Distrito de Salamanca – Madrid
ÁREA:

MERCADO LA PAZ

ARQUITECTO: Enric Miralles Benedetta Tagliabue
UBICACIÓN: Barcelona, España
ÁREA CONSTRUIDA: 7.000m2

MERCADO ROMA

ARQUITECTO: Michel Rojkind
UBICACIÓN: México City, México
ÁREA CONSTRUIDA:

1- Se concluye que, con respecto a la infraestructura y el atractivo turístico del mercado Santa Caterina se ven relacionadas por sus servicios auxiliares y complementarios que se brindan dentro de ellos y asu vez al llamativo estructural que cubre al establecimiento y a la capacidad de abastecimiento alimenticio que brinda a los turistas de a pie y a la población interna de su ciudad a través de ferias turísticas. 2- Con respecto al mercado la paz, la relación de estas dos dimensiones se ven reflejadas en el acondicionamiento de la área alimentaria que brinda por la diversificación de productos especializados que atraen a los turistas la cual establece nuevas rutas turísticas gastronómicas el cual comparte con los referentes expuestos. 3- Con respecto al mercado de roma, el servicio de abastecimiento de diversos productos en combinación a actividades complementarias se amalgaman como un nuevo atractivo turístico social que brinda el establecimiento.

1. FERIAS TURISTICAS

2. RUTAS TURISTICAS GASTRONOMICAS

3. RECURSOS COMPLEMENTARIOS

R.A / 1

1
La compenetración del movimiento colectivo que fomentan estos mercados se debe a la promoción de ferias gastronómicas en la cual se exhibe el producto culinario para su venta.



R.A / 2

2
Para estos establecimientos es imprescindible elaborar y plasmar un sistema integral de redes gastronómicas ya que estos son el gran remate final de estas redes integradoras.



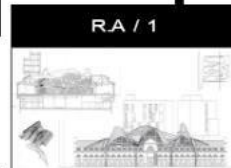
R.A / 3

3
La satisfacción de calidad que complementa al atractivo turístico dentro de los establecimientos busca resaltar la importancia de la calidad de servicio para satisfacer las necesidades de sus consumidores.



SERVICIOS DE ABASTECIMIENTO ALIMENTARIO

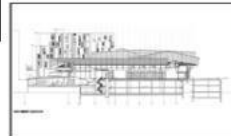
El carácter productivo de estos mercados se basa en la gran organización de abastecimiento de alimentos ya que interviene la relación de los establecimientos internos para promover una adecuado servicio de venta del producto gastronómico.



R.A / 1

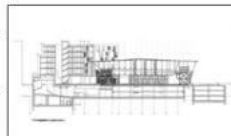
SERVICIO DE ACONDICIONAMIENTO ALIMENTARIO

Estos establecimiento al concretar una diversa oferta de servicio al consumidor, refleja el vinculo de la calidad del producto culinario, y esto se debe al sistema de almacenamiento de alimentos.



SERVICIOS COMPLEMENTARIOS Y AUXILIARES

Una cualidad que comparten estos grandes establecimientos con una gran afluencia de consumidores es el servicio de calidad y los servicios complementarios que hacen que el consumidor tenga una buena experiencia gastronómica.



R.A / 3



R.A / 2

UNIVERSIDAD UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	CURSO PROYECTO DE INVESTIGACION (P.I)	AUTORES: ▪ JULIO CESAR VILLAR LUZA ▪ KATTERYN IRINA ESPINOZA SANDOVAL	ASESORA: DRA. ARQ. ISIS BUSTAMANTE DUEÑAS	N° DE LAMINA : 03
		TITULO DE INVESTIGACION: MERCADO DE ABASTOS COMO DINAMIZADOR DEL TURISMO GASGONOMICO EN LIMA METROPOLINA, 2019 CASO: MERCADO N°2 DE BARRANCO	TEMA: DISCUSIÓN ARQUITECTONICA	

HIPOTESIS ESPECIFICA 2

D.1 / DISEÑO DE ESPACIOS GASTRONOMICOS

D.2 / DEMANDA TURISTICA



MERCADO DE SANTA CATERINA

MERCADO DE LA PAZ

MERCADO ROMA

DATOS DE LOS REFERENTES ARQUITECTONICOS

MERCADO DE SANTA CATERINA

ARQUITECTO: Antonio Ruiz de Salces
UBICACIÓN: Distrito de Salamanca – Madrid
ÁREA:

MERCADO LA PAZ

ARQUITECTO: Enric Miralles Benedetta Tagliabue
UBICACIÓN: Barcelona, España
ÁREA CONSTRUIDA: 7.000m²

MERCADO ROMA

ARQUITECTO: Michel Rojkind
UBICACIÓN: México City, México
ÁREA CONSTRUIDA:

1- Se concluye que, con relación a la hipótesis específica 2 que abarca la relación de diseños de espacios gastronómicos y la demanda turística que se demuestran en los mercados de abastos de Santa Caterina, la paz y el mercado roma, a través de: el eje rector de su funcionamiento que es la gastronomía que a generado una demanda turística en potencia a través de los años revalorando los espacios culinarios que genera una oferta turística para la demanda interna y externa del boom de la gastronomía existente en las áreas gastronómicas, áreas semi – húmedas, áreas húmedas.

1. DEMANDA INTERNA

2. DEMANDA EXTERNA

3. OFERTA TURISTICA

R.A / 1

1 Sin lugar a duda estos establecimientos crean focos turísticos que para el consumidor nacional establece un grado de identidad que promueven el consumo comercial gastronómico de los mercados de abastos dinamizando el sector interno de la demanda.



R.A / 2

2 Estos establecimientos al ser nodos comerciales como también gastronómicos representan atractivos para los consumidores de toda envergadura extranjera la cual ha ido aumentando masivamente desde el siglo XXI por la cual estos referentes representan ser los grandes dinamizadores del consumo gastronómico.



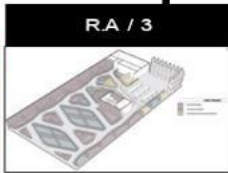
R.A / 3

3 Sin lugar a dudas estos referentes diversifican y enriquecen la variedad de la oferta gastronómica de los alimentos con relación a sus comidas, platos y productos que reflejan la plusvalía que tienen los mercados de abastos para brindar a sus consumidores un buen producto.



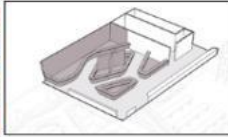
DETERMINACION DE LA FUNCIONALIDAD

Lo que expresan estos referentes en cuanto a su funcionalidad es la capacidad de desarrollo optimo de sus actividades, donde cada particularidad involucra la importancia del espacio gastronómico.



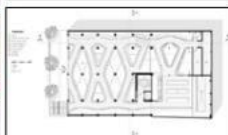
ESPACIOS FISICOS

El grado de relevancia que tiene cada espacio dentro del establecimiento constituye el dinamismo de su actividad gastronómica y el espacio físico concreto de los mercados de abastos.



ESPACIOS FLEXIBLES

Para estos establecimientos estar a la vanguardia en cuanto a los cambios que ejerce una población dinámica motiva a implementar espacios multifunciones, diversificando el uso rígido clásico de los mercados de abastos.



R.A / 2



UNIVERSIDAD UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	CURSO PROYECTO DE INVESTIGACION (P.I)	AUTORES: <ul style="list-style-type: none"> JULIO CESAR VILLAR LUZA KATTERYN IRINA ESPINOZA SANDOVAL 	ASESORA: DRA. ARQ. ISIS BUSTAMANTE DUEÑAS	N° DE LAMINA : 04
		TITULO DE INVESTIGACION: MERCADO DE ABASTOS COMO DINAMIZADOR DEL TURISMO GASGRONÓMICO EN LIMA METROPOLINA, 2019 CASO: MERCADO N°2 DE BARRANCO	TEMA: DISCUSIÓN ARQUITECTONICA	

HIPOTESIS ESPECIFICA 3

D.1 / ACCESIBILIDAD

D.2 / ATRACTIVO TURISTICO



R.A / 1

MERCADO DE SANTA CATERINA



R.A / 2

MERCADO DE LA PAZ



R.A / 3

MERCADO ROMA

DATOS DE LOS REFERENTES ARQUITECTONICOS

CONCLUSIONES

MERCADO DE SANTA CATERINA	MERCADO LA PAZ	MERCADO ROMA
ARQUITECTO: Antonio Ruiz de Salces UBICACIÓN: Distrito de Salamanca – Madrid ÁREA:	ARQUITECTO: Enric Miralles Benedetta Tagliabue UBICACIÓN: Barcelona, España ÁREA CONSTRUIDA: 7.000m ²	ARQUITECTO: Michel Rojkind UBICACIÓN: México City, México ÁREA CONSTRUIDA:

Se concluye, con respecto al mercado Santa Caterina que la accesibilidad para sus espacios y zonas, convierten la conectividad en un atractivo turístico, ya que este brinda una dinámica de recorridos y funciones que revitalizan el modo de promover el consumo de productos gastronómicos que a su vez a generado con relación a la accesibilidad que fomente un nuevo destino turístico. Hay que acotar que con relación al mercado la paz, mercado roma y mercado santa Caterina son mercados tradicionales que la motivación de las personas promueve el consumo y enriquece el valor institucional y la accesibilidad se convierte en una plus valía comercial.

CIRCULACION INTERNA

La circulación vertical de los referentes expuestos presentan un carácter de conectividad para el usuario que convierte el mercado en un cuerpo de fluidez, que permiten percibirlo como un establecimiento vivo.

CIRCULACION EXTERNA

Los recorridos que permiten el acceso a estos establecimientos tienen la característica de brindar una integración tanto externa como interna para el usuario lo cual remarca la importancia de la movilidad del entorno periférico que deben tener los mercados de abastos.

ACCESOS

Para estos referentes la calidad del ingreso y entradas a los mercados representa la conectividad que debe tener todo establecimiento para promover su consumo ya que los accesos articulan la proximidad con relación a sus usuarios.



1. DESTINO TURISTICO 2. FACTORES HUMANOS 3. FACTORES NATURALES

R.A / 1

1 Estos referentes se han convertido en destino turístico por excelencia del turismo gastronómico ya que junta los requerimientos del atractivo de los establecimientos y la capacidad de brindarle al consumidor una experiencia única.

R.A / 2

2 Es importante acotar que el factor colectivo, las motivaciones de las personas promueven el consumo y esto enriquece el valor institucional que tienen los mercados de abastos ya que se estable una relación entre: usuario, motivación y recinto que determina la calidad de los factores externos que intervienen en estos referentes.

R.A / 3

3 El entorno donde se aprecia el desarrollo de las actividades del turismo gastronómico adecuan una mejor relación entre la capacidad de satisfacción del consumidor y los factores intervinientes del consumo en los mercado de abastos.

UNIVERSIDAD UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	CURSO PROYECTO DE INVESTIGACION (P.I)	AUTORES: <ul style="list-style-type: none"> JULIO CESAR VILLAR LUZA KATTERYN IRINA ESPINOZA SANDOVAL 	ASESORA: DRA. ARQ. ISIS BUSTAMANTE DUEÑAS	N° DE LAMINA : 05 FORMATO : A3
	TITULO DE INVESTIGACION: MERCADO DE ABASTOS COMO DINAMIZADOR DEL TURISMO GASGONOMICO EN LIMA METROPOLINA, 2019 CASO: MERCADO N°2 DE BARRANCO		TEMA: DISCUSIÓN ARQUITECTONICA	

HIPOTESIS GENERAL	
V.1 / MERCADO DE ABASTOS	V.2 / TURISMO GASTRONOMICO
 R.A / 4 MERCADO SAN MIGUEL	 R.A / 5 MERCADO DEL RIO
 R.A / 6 MERCADO SANTS	

MERCADO SAN MIGUEL	MERCADO DEL RIO	MERCADO SANTS
ARQUITECTO: Antonio Ruiz de Salces UBICACIÓN: Distrito de Salamanca – Madrid ÁREA:	ARQUITECTO: Enric Miralles Benedetta Tagliabue UBICACIÓN: Barcelona, España ÁREA CONSTRUIDA: 7.000m2	ARQUITECTO: Michel Rojkind UBICACIÓN: México City, México ÁREA CONSTRUIDA:
El mercado gastronómico quiere mejorar su actividad tradicional creando un mercado que tiene como referencia el de la Boquería de Barcelona; con una gran oferta centrada en excelentes productos de gran calidad.	Es un mercado esta inspirado en los mercados gastronómicos del mundo al estilo mercado san miguel. Como objetivo brinda al publico 37 propuestas gourmet y oferta de vino y cervezas con precios similares bajos.	El objetivo es incentivar la gastronomía a través de los alimentos haciendo que nos dejemos llevar por nuestro paladar, esta joya de arquitectura modernista es uno de los mercados mas visitados por turista.
1. ATRACTIVO TURISTICO	2. DEMANDA TURISTICA	3. RECURSO TURISTICO

DATOS DE LOS REFERENTES ARQUITECTONICOS

INFRAESTRUCTURA

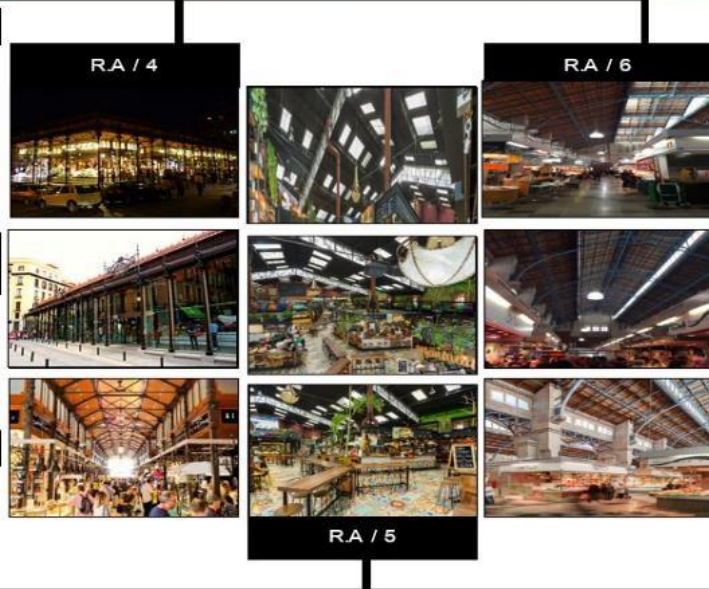
Las instalaciones en los mercados cuentan con un adecuado funcionamiento tanto en servicio como atención en venta de productos gastronómicos y de servicios complementarios para el servicio el consumidor.

DISEÑO DE ESPACIOS GASTRONOMICOS

El diseño de espacios de los mercados tanto interior como exterior, se encuentran distribuidos de acuerdo a las necesidades de usos y función tanto del turista como del vendedor.

ACCESIBILIDAD

Los mercados cuentan con accesos para todas las personas que deseen conocer el establecimiento así pueda tener alguna discapacidad.



R.A / 4

1

Los referentes se caracterizan por sus productos para consumo, a su vez también se convierten en el destino de una ruta gastronómica que ofrecen a simple vista incentivando que el turista no salga del establecimiento sin haber deleitado algún alimento.

R.A / 5

2

La demanda turística es generada por el consumo gastronómicos revela que en estos referentes han originado que los establecimientos, fomentan la oferta y demanda turística que promueve los mercados de abastos en relación al turismo gastronómico.

R.A / 6

3

Los referentes promueven el turismo gastronómico, la capacidad de elección que tiene el usuario se ve influenciado por los recursos que cada mercado brinda en cuanto calidad de servicios.



UNIVERSIDAD UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	CURSO PROYECTO DE INVESTIGACION (P.I.)	AUTORES: • JULIO CÉSAR VILLAR LUZA • KATTELYN IRINA ESPINOZA SANDOVAL	ASESORA: DRA. ARQ. ISIS BUSTAMANTE DUEÑAS	N° DE LAMINA : 06
	TÍTULO DE INVESTIGACION: MERCADO DE ABASTOS COMO DINAMIZADOR DEL TURISMO GASRONOMICO EN LIMA METROPOLINA, 2019 CASO: MERCADO N°2 DE BARRANCO	TEMA: DISCUSIÓN ARQUITECTONICA	FORMATO : A3	

HIPOTESIS ESPECIFICA 1

D.1 / INFRAESTRUCTURA

D.2 / ATRACTIVO TURISTICO



MERCADO SAN MIGUEL



MERCADO DEL RIO



MERCADO SANTS

DATOS DE LOS REFERENTES ARQUITECTONICOS

MERCADO SAN MIGUEL	MERCADO DEL RIO	MERCADO SANTS
ARQUITECTO: Antonio Ruiz de Salces UBICACIÓN: Distrito de Salamanca – Madrid ÁREA:	ARQUITECTO: Enric Miralles, Benedetta Tagliabue UBICACIÓN: Barcelona, España ÁREA CONSTRUIDA: 7.000m ²	ARQUITECTO: Michel Rojkind UBICACIÓN: México City, México ÁREA CONSTRUIDA:
1. FERIAS TURISTICAS	2. RUTAS TURISTICAS GASTRONOMICAS	3. RECURSOS COMPLEMENTARIOS

SERVICIOS DE ABASTECIMIENTO ALIMENTARIO El productividad de los mercados se basa en la organización de abastecimiento de alimentos para el consumo del usuario.	R.A / 4	R.A / 6
	R.A / 5	R.A / 5
	R.A / 5	R.A / 5
SERVICIO DE ACONDIONAMIENTO ALIMENTARIO Los productos expuestos en este mercado cuentan con sectores apropiados para cada producto esto depende si deben estar en áreas húmedas o semi – húmedas.		
SERVICIOS COMPLEMENTARIOS Y AUXILIARES Una cualidad que comparten estos grandes establecimientos es la afluencia de turistas que llegan a estos mercados para conocer sus productos y la calidad de servicio que brindan.		

1 El movimiento que fomentan estos mercados se debe a la promoción de ferias gastronómicas en la cual se exhibe el producto culinario para su venta dentro del establecimiento.	
2 Los establecimientos son imprescindibles para plasmar un sistema integral de redes gastronómicas puesto que estos mercados acogen a turistas por sus productos.	
3 La calidad que complementa al atractivo turístico dentro de los establecimientos y resalta es el servicio que dan y que hace sentir satisfacción al consumir un producto puesto que cubra las necesidades de la persona.	



UNIVERSIDAD UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	CURSO PROYECTO DE INVESTIGACION (P.I.)	AUTORES: <ul style="list-style-type: none"> JULIO CESAR VILLAR LUZA KATTERYN IRINA ESPINOZA SANDOVAL 	ASESORA: DRA. ARQ. ISIS BUSTAMANTE DUEÑAS	N° DE LAMINA : <h1 style="text-align: center;">07</h1>
		TITULO DE INVESTIGACION: MERCADO DE ABASTOS COMO DINAMIZADOR DEL TURISMO GASGRONOMICO EN LIMA METROPOLINA, 2019 CASO: MERCADO N°2 DE BARRANCO	TEMA: DISCUSIÓN ARQUITECTONICA	

HIPOTESIS ESPECIFICA 2

D.1 / DISEÑO DE ESPACIOS GASTRONOMICOS

D.2 / DEMANDA TURISTICA



R.A / 4

MERCADO SAN MIGUEL



MERCADO DEL RIO



R.A / 6

MERCADO SANTS

DATOS DE LOS REFERENTES ARQUITECTONICOS

MERCADO SAN MIGUEL	MERCADO DEL RIO	MERCADO SANTS
ARQUITECTO: Antonio Ruiz de Salces UBICACIÓN: Distrito de Salamanca – Madrid ÁREA:	ARQUITECTO: Enric Miralles Benedetta Tagliabue UBICACIÓN: Barcelona, España ÁREA CONSTRUIDA: 7.000m ²	ARQUITECTO: Michel Rojkind UBICACIÓN: México City, México ÁREA CONSTRUIDA:
1. DEMANDA INTERNA	2. DEMANDA EXTERNA	3. OFERTA TURISTICA

DETERMINACION DE LA FUNCIONALIDAD

Lo que expresan estos referentes en cuanto a su función y uso es la capacidad de desarrollo de sus actividades y necesidades, donde cada particularidad involucra la importancia del espacio gastronómico.



R.A / 4



R.A / 6

ESPACIOS FISICOS

El grado de que tiene cada espacio dentro del establecimiento constituye el dinamismo de su actividad gastronómica y el espacio físico de los mercados de abastos.



ESPACIOS FLEXIBLES

Para estos referentes en cuanto a los cambios que ejerce una población motiva a implementar espacios multifunciones, diversificando el uso clásico de los mercados de abastos.



R.A / 5

1

La demanda interna crea focos turísticos que para el consumidor nacional promueven el consumo gastronómico dentro del mercado de abastos.

R.A / 4



2

La demanda externa representan atractivos para los consumidores extranjeros por la cual estos referentes representan ser los grandes dinamizadores del consumo gastronómico.

R.A / 5



3

La oferta gastronómica de los productos alimenticios reflejan lo que tienen los mercados de abastos para brindar a sus consumidores un buen producto.

R.A / 6



8.8. Leyes y Normas aplicables en la Propuesta Urbano Arquitectónica.

Reglamento Nacional de Edificaciones. Norma A. 010 Condiciones generales de diseño

Reglamento Nacional de Edificaciones. Norma A. 070 Comercio

Reglamento Nacional de Edificaciones. Norma A. 080 Oficinas

Reglamento Nacional de Edificaciones. Norma A. 090 Servicios Comunes

Reglamento Nacional de Edificaciones. Norma A. 100 Recreación y Deportes

Reglamento Nacional de Edificaciones. Norma A. 120 Accesibilidad para personas con discapacidad

Reglamento Nacional de Edificaciones. Norma A. 140 Bienes culturales inmuebles y zonas monumentales

8.9. Programa Urbano Arquitectónico

8.9.1. Descripción de Necesidades Arquitectónicas

En este punto se realizará un análisis de las necesidades y actividades que se pueden desarrollar dentro de las áreas que conformarán el centro gastronómico cultural.

Cuadro de Actividades y Necesidades por zona:

Tabla 23

Zona Administración y Servicios Generales

Necesidades	Actividades	Área	Zona
Arribar	Caminar / Conducir	Ingreso Estacionamiento /	ADMINISTRACIÓN
Ingresar / Salir	cruzar ingreso	Hall de Ingreso	
Informarse	Pedir información	Recepción	
	Aguardar	Sala de Espera	
Laborar	Organizar actividades internas y externas para el consumidor y comerciante	Logística	
	Atención del usuario y comerciante	Secretaria	
	supervisar	Control y Vigilancia	
	Planeamiento y gestión de las diligencias y funciones de las áreas del mercado	administración	
	Organizar / comunicar	Sala de reuniones	
	Controlar finanzas	contabilidad	
Atención medica	Aliviarse / Atenderse / rehabilitarse	Tópico	
Almacenar	Guardar archivos	Archivos	
guardar	Guardar / almacenar material	Acopio	
Asear	Necesidades Fisiológicas	SS.HH.	

Fuente: Elaboración Propia – 2020

Tabla 24

Análisis de las Necesidades y Actividades de la Zona de Abastos

Necesidades	Actividades	Área	Zona
Llegar	Caminar / Conducir	Ingreso / Estacionamiento	ABASTOS
Ingresar / Salir	Pasar la puerta de entrada	Hall de Ingreso Principal	
Comprar	Preguntar el Precio Escoger uno o varios productos	Área Seca / Área Húmeda Área Semi – Húmeda /	
Asear	Necesidades Fisiológicas	SS.HH.	

Fuente: Elaboración Propia – 2020

Tabla 25

Análisis de las Necesidades y Actividades en la Zona Gastronómica

Necesidades	Actividades	Área	Zona
Llegar	Caminar / Conducir	Ingreso / Estacionamiento	GASTRONÓMICA
Ingresar / Salir	Subir: Escaleras / Ascensor	Escaleras / Ascensor	
Comer	Escoger donde comer	Restaurantes / Locales de comida especializada	
	Ingresar al establecimiento		
	Sentarse en una mesa		
	Escoger un plato de la carta		
	Hacer el pedido		
	Comer y beber		
Beber	Pedir la cuenta	Bares	
	Dirigirse a los bares		
	Sentarse en la barra o mesa		

	Escoger una bebida de la carta		
	Hacer el pedido		
	Beber		
Entretener	Dirigirse a los stands de comida	Stands de ShowCooking	
	Mirar el show		
	Adquirir un producto		
Descansar	Dirigirse a la Plaza Gastronómica	Patio Gastronómico	
	Sentarse en el mobiliario disponible		
	Iniciar una conversación		
Endulzar	Dirigirse a las dulcerías	Dulcería	
	Escoger el dulce		
	Pagar por el dulce		
	Consumir el dulce		
Asear	Necesidades Fisiológicas	SS.HH.	

Fuente: Elaboración Propia – 2020

Tabla 26

Análisis de las Necesidades y Actividades en la Zona Recreación

Necesidades	Actividades	Área	Zona
Llegar	Caminar / Conducir	Ingreso / Estacionamiento / Escalera / Ascensor	RECREACIÓN
Ingresar / Salir	Pasar la puerta de entrada	Atrio	
Recrear	Hacer uso del mobiliario urbano		
	Participar de una exposición	Anfiteatro	
	Hacer una actividad deportiva	Deporte	
Degustar	Dirigirse a puestos	Puestos de comida	

	especializados	especializada	
	Escoger un producto		
	Pagar por el producto		
Despejarse	Juegos para niños	Juegos Infantiles	
Socializar	Estar / disfrutar / pasear	Plaza temática	
	Interacción social		
	Hacer uso y alquiler de bicisetas	Ciclo parqueadores	
Asear	Necesidades Fisiológicas	SS.HH.	

Fuente: Elaboración Propia – 2020

Tabla 27

Análisis de las Necesidades y Actividades en la Zona de Servicios

Necesidades	Actividades	Área	Zona
Llegar	Caminar / Conducir	Ingreso Estacionamiento /	SERVICIOS
Ingresar / Salir	Pasar la puerta de entrada	Hall de Servicio	
Registrar	Facilitar sus datos	Recepción	
Prepararse	Cambiarse de ropa	Vestuarios	
Cargar / Descargar	Pedir datos del proveedor	Control	
	Verificar tipo de carga	Carga / Descarga	
	Autorizar descarga de productos		
	Inspeccionar hasta finalizar		
Almacenar	Seleccionar Productos	Selección de Productos	
	Almacenar según tipo de productos	Cámaras Frigoríficas / Almacén	
Recolectar	Depositar / desechar residuos	Desperdicios / Acopio	

	Acumular / recibir / recoger productos alimenticios		
Inspeccionar	Mantenimiento de instalaciones	Servicio	
	Reparar algún desperfecto		
Defecar/ Asear/ Miccionar	Necesidades Fisiológicas	SS.HH.	

Fuente: Elaboración Propia – 2020

Tabla 28

Análisis de las Necesidades y Actividades en la Zona de Estacionamiento

Necesidades	Actividades	Área	Zona
Arribar / Salir	Conducir / Estacionarse	Estacionamiento	ESTACIONAMIENTO
Registrarse	Presentación de datos	Control y Vigilancia	
Estacionar	Registro de ingreso	Estacionamiento	
	Aparcamiento de vehículo		
	Patio de Maniobras		

Fuente: Elaboración Propia – 2020

Tabla 29

Análisis de las Necesidades y Actividades en la Zona de Recreación

Necesidades	Actividades	Área	Zona
Estudiar	Leer	Biblioteca	CULTURAL
Presentar	Exponer trabajos manuales / Fotografías / Pinturas	Sala de exposiciones	
Ingresar / Salir	Pasar la puerta de entrada	Hall de ingreso Vestíbulo	

Recibir	Recibir	Recepción	
	Facilitar sus datos		
Despejarse	Área de estudio para los niños	Biblioteca Juegos Infantiles	
Socializar	Estar / disfrutar / pasear	Plaza	
	Interacción social		
Asear	Necesidades Fisiológicas	SS.HH.	
Comer	Comer y beber	Cafetería	

Fuente: Elaboración Propia – 2020

8.10. Conceptualización Del Objeto Arquitectónico

8.10.1. Esquema Conceptual

Se toma por concepto el “Dinamismo” ya que la gastronomía en nuestro contexto actual representa esa variedad dinámica de fusión que adopta identidad autóctona y cultura por medio de los platos típicos, recursos culinarios que se le ofrece al usuario, por el cual como primera idea base enmarcamos al dinamismo como segmentos crecientes en un ritmo constante.

En la actualidad el boom gastronómico en nuestro país ha ascendido vertiginosamente, esto se debe a la variedad de productos culinarios que podemos encontrar en la bastedad de nuestro territorio, el cual permite crear fusión e identidad. los mercados de abastos albergan esta gran oportunidad, en el cual este equipamiento se convierte también un lugar de encuentro ciudadano. Valorando el producto autóctono de nuestro país, por el cual nos lleva y motiva que hablar de la gastronomía es hablar de costumbre innata de una zona, que nos permite conocer una historia y refleja la evolución que acompaña la modernidad y los distintos cambios de la urbe. Por el cual la gastronomía se convierte en un recurso esencial de nuestro patrimonio.

8.10.2. Idea Rectora Y Partido Arquitectónico

Para determinar la idea rectora de este proyecto se tomó en cuenta hacía que va enfocada la investigación, el proyecto arquitectónico tiene como idea base la estrecha relación que el mercado de abastos proyecta con la gastronomía a través de su variedad, naturaleza y riqueza de sus productos gastronómico

como un factor atrayente- atractivo turístico-hacia el establecimiento, por lo cual se considera que basarnos en esta idea rectora para este tipo de equipamiento es la más adecuada, ya que también la creación de espacios pensados y enfocados en la gastronomía de una arquitectura envolvente que servirá funcionalmente a desarrollar nuevas dinámicas de actividades ayudara a que este nuevo mercado no solo sea un establecimiento de compra y venta, que vaya más allá de satisfacer necesidades comerciales, y sea un lugar de estar, vivir, y experimentar.

CENTRO GASTRONOMICO CULTURAL

CONCEPTO DINAMISMO

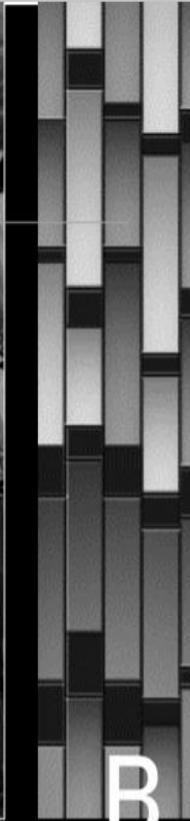


SE TOMA POR CONCEPTO EL DINAMISMO YA QUE LA GASTRONOMIA EN NUESTRO CONTEXTO ACTUAL REPRESENTA ESA VARIEDAD DINAMICA DE FUSION QUE ADOPTA IDENTIDAD AUTOCTONA Y CULTURA POR MEDIO DE LOS PLATOS TIPICOS, RECURSOS CULINARIOS QUE SE LE OFRECE AL USUARIO, POR EL CUAL COMO PRIMERA IDEA BASE ENMARCAMOS AL DINAMISMO COMO SEGMENTOS CRECIENTES EN UN RITMO CONSTANTE



A

CONCEPCION DE LA IDEA



B

MATERIALIZACION DE LA FORMA

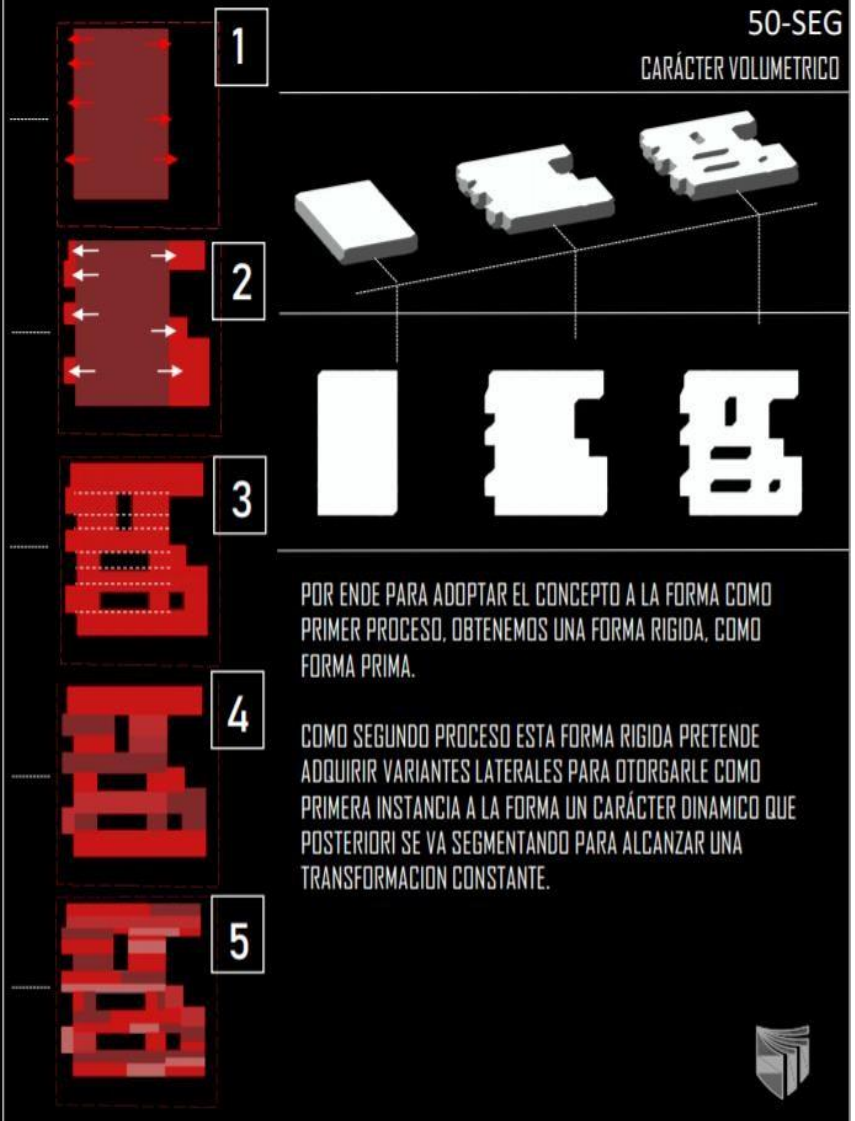


C

ADOPCION DE UNA GAMA PATRIOTICA



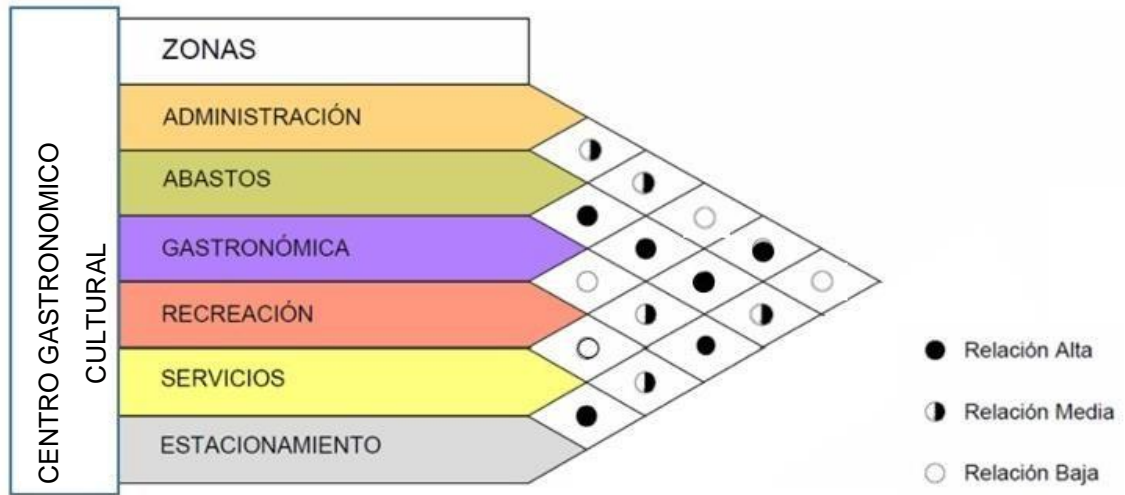
PROCESO DE CONCEPTUAL



8.11. Criterios de diseño

8.11.1. Funcionales

Matriz de relación general

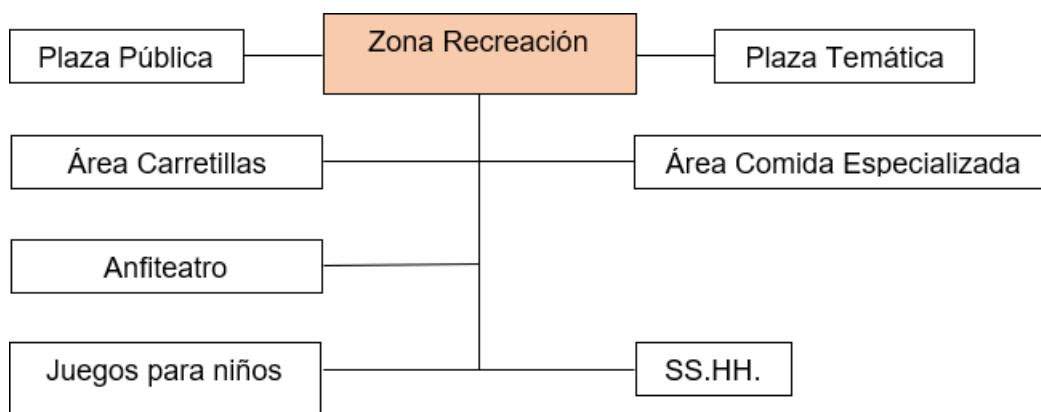


Fuente: Elaboración Propia – 2020

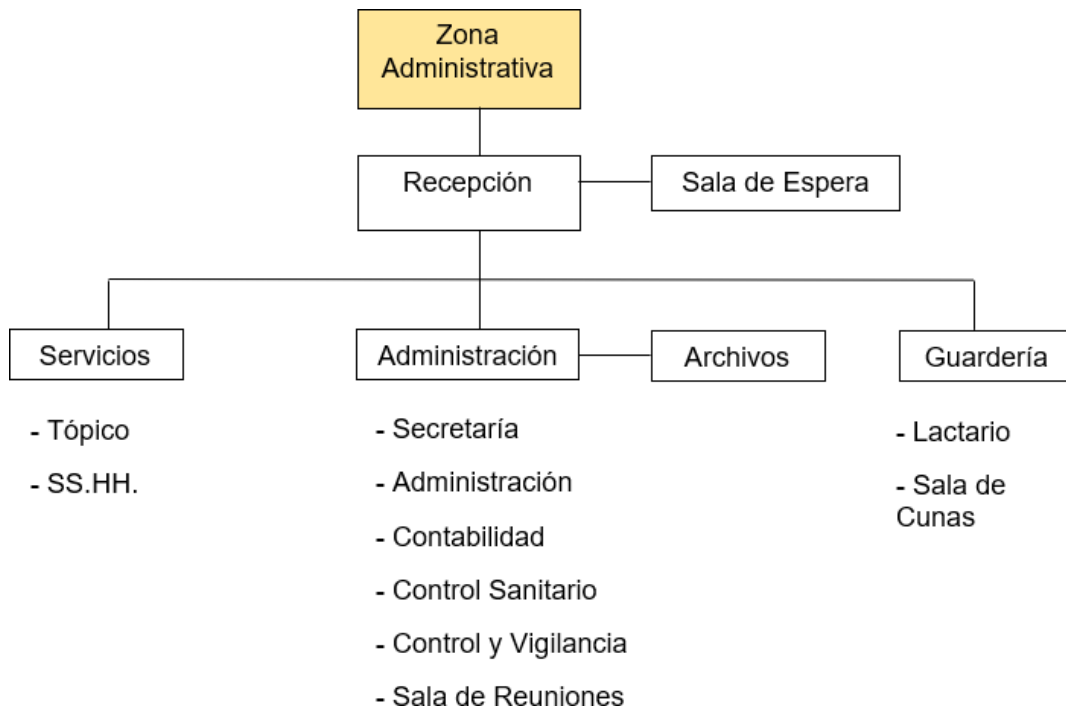
Esquema de Organización General

En el siguiente punto, se desarrollarán un organigrama de las zonas y ambientes que conformarán el Mercado Gastronómico. Para ello se han realizado diferentes esquemas de elaboración propia, que se muestran a continuación:

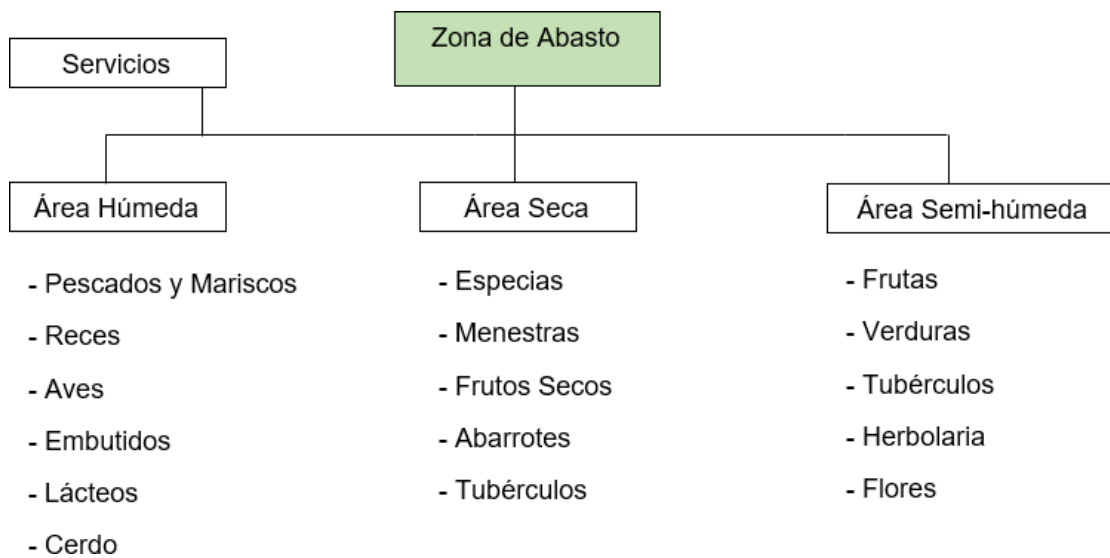
Esquema 01. Organigrama Funcional de la Zona Recreación



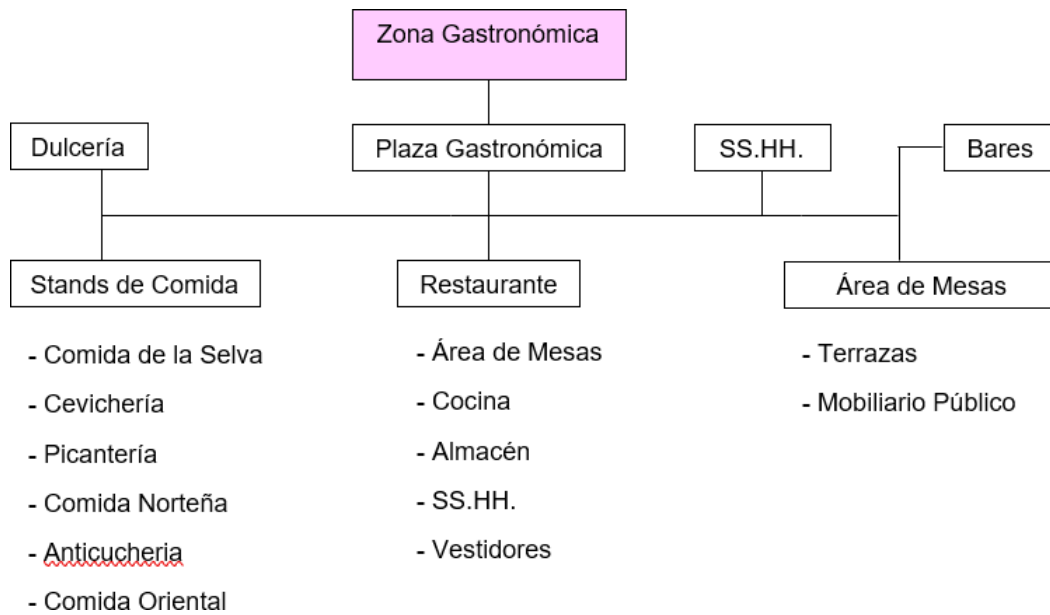
Esquema 02. Organigrama Funcional de la Zona Administrativa



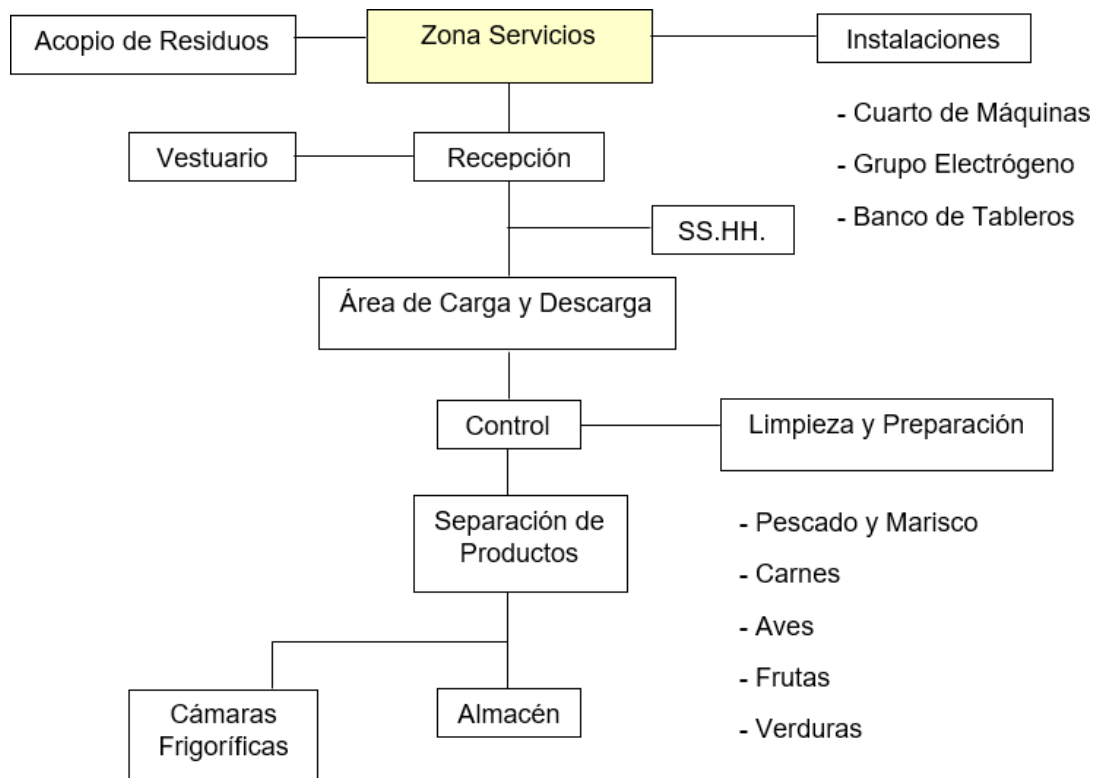
Esquema 03. Organigrama Funcional de la Zona de Abasto



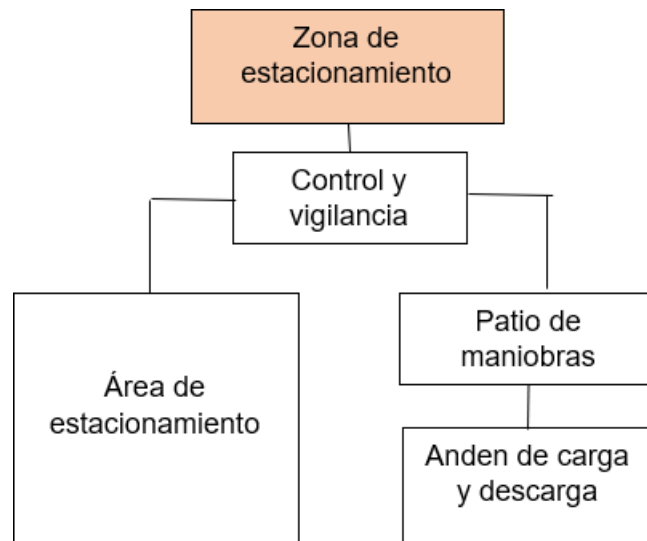
Esquema 04. Organigrama Funcional de la Zona Gastronómica



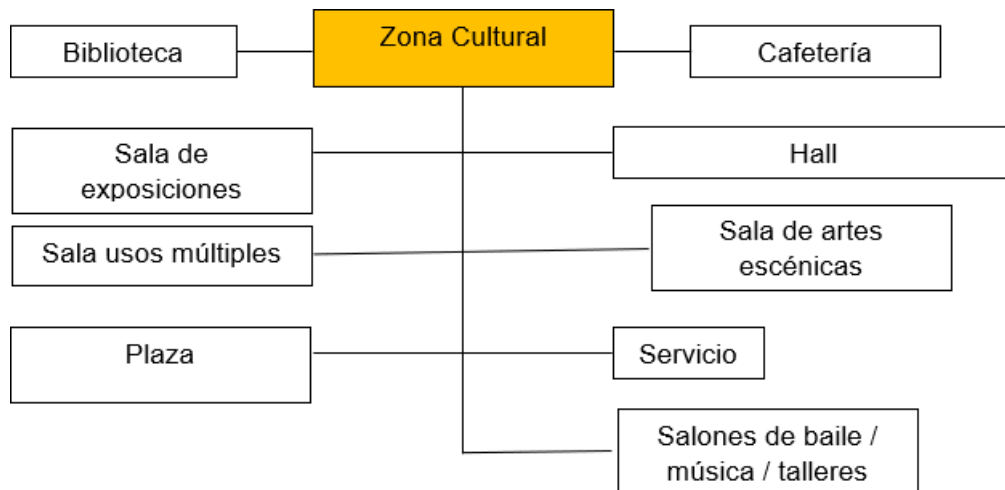
Esquema 05. Organigrama Funcional de la Zona Servicios



Esquema 06. Organigrama Funcional de la Zona Estacionamiento



Esquema 07. Organigrama Funcional de la Zona Cultural



8.11.2. Espaciales

En el desarrollo de las dimensionalidades de espacio del hombre, ha sido de mucha utilidad el libro “el arte de proyectar arquitectura” (1995), con la finalidad de determinar los espacios dimensionales de antropometría y ergonómica, es así como de esta manera se ha recopilado información sobre esquemas por cada zona y ambiente, el cual ha sido determinado por el capítulo anterior.

- **Zonas Administrativas:**

La zona administrativa es un espacio el cual involucra a distintos usuarios que se desenvuelven en el área administrativa, pero para esto se consideran medidas estándar, las cuales describen cuales son las dimensiones que tiene el usuario acorde al mobiliario que requiere para esta zona.

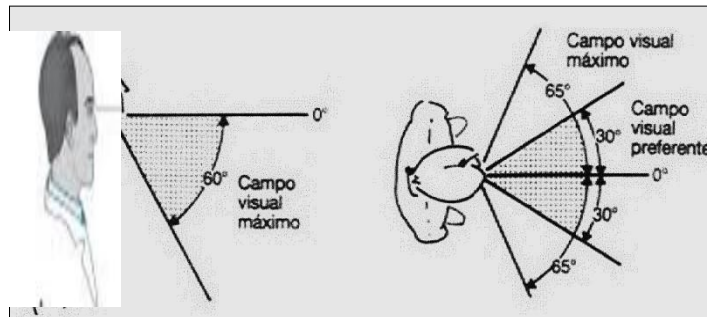


Figura 84: Análisis del campo visual del hombre
Fuente: Libro Arte de Proyectar en Arquitectura (1995)

En la imagen se observa la vista vertical y horizontal, que tiene un ángulo máximo de 60° y 190° respectivamente.

Teniendo en consideración un campo visual ideal de 30° en sentido vertical.

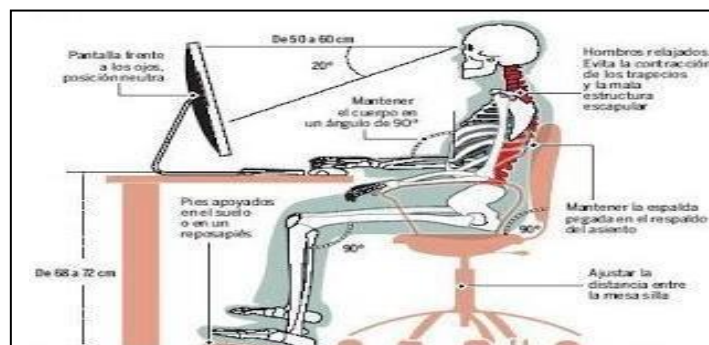


Figura 85: Análisis de la posición ergonómica correcta
Fuente: Libro Arte de Proyectar en Arquitectura (1995)

En la imagen se muestra que la posición del usuario frente al ordenador debe tener un ángulo de 90°.

Además, la altura del pupitre no debe sobrepasar los 0.72 m de altura y los 0.70 m de libertad para las piernas.

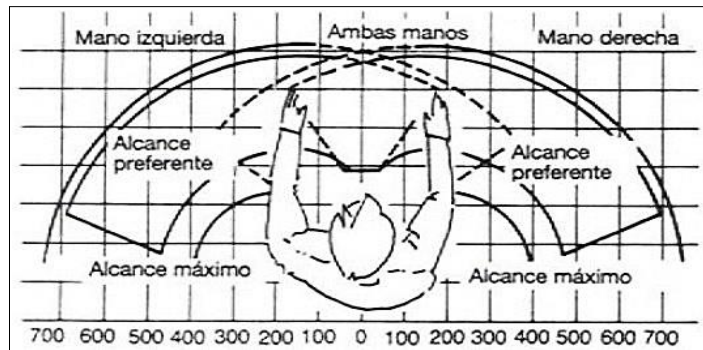


Figura 86: Análisis del alcance de mano requerido
 Fuente: Libro Arte de Proyectar en Arquitectura (1995)

En la imagen se observa el alcance de mano del usuario en una oficina, teniendo como consideración un alcance de mano ideal de 0.80 m.

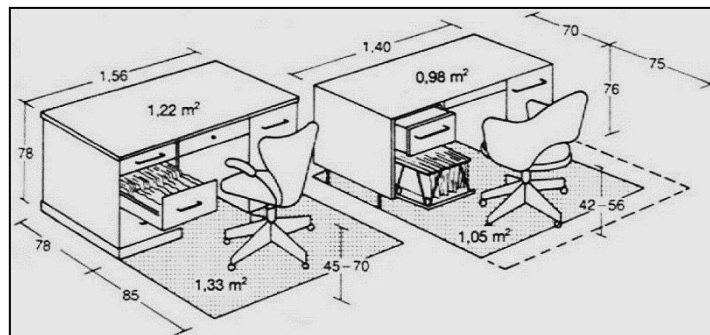


Figura 87: Análisis del mobiliario útil para oficina
 Fuente: Libro Arte de Proyectar en Arquitectura (1995)

En la imagen se muestra las medidas antropométricas de dos modelos de mobiliario para una oficina, en el varían las dimensiones por la jerarquía del cargo, siendo la imagen de la izquierda la opción para un cargo más importante.

- **Zona Cultural**

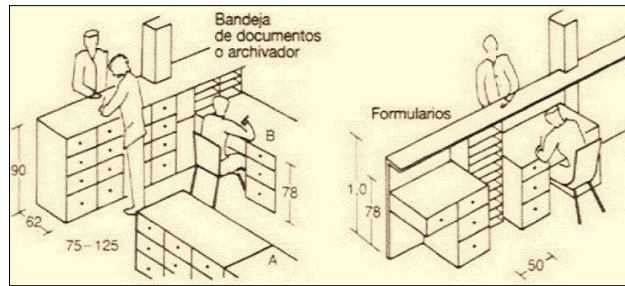


Figura 88: Análisis del mobiliario útil para recepción
 Fuente: Libro Arte de Proyectar en Arquitectura (1995)

En la gráfica se muestran las medidas antropométricas de dos modelos de mobiliario para recepción, la cual será implementada de acuerdo al espacio que setome en cuenta para el diseño del ambiente.

- **Zona de Abastecimiento**

La zona abastecimiento es un espacio el cual involucra a diversos usuarios, es por ello que se tienen en cuenta las dimensiones de los puestos por especialidades de producto, las cuales serán distribuidas en el área la cual abastece al mercado de abastos.

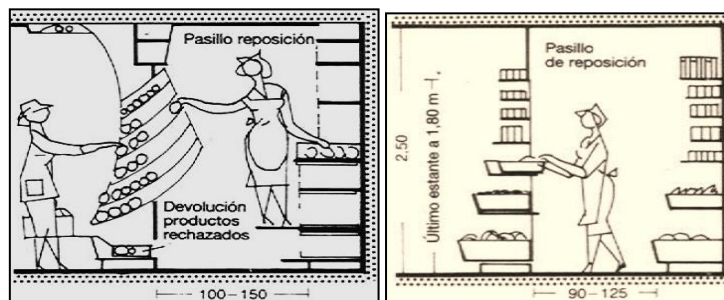


Figura 89: Análisis del espacio para desplazarse en puesto
 Fuente: Libro Arte de Proyectar en Arquitectura (1995)

En la imagen se muestran las medidas mínimas y máximas que se deben considerar como espacio para el desplazamiento del comerciante en su área de trabajo.

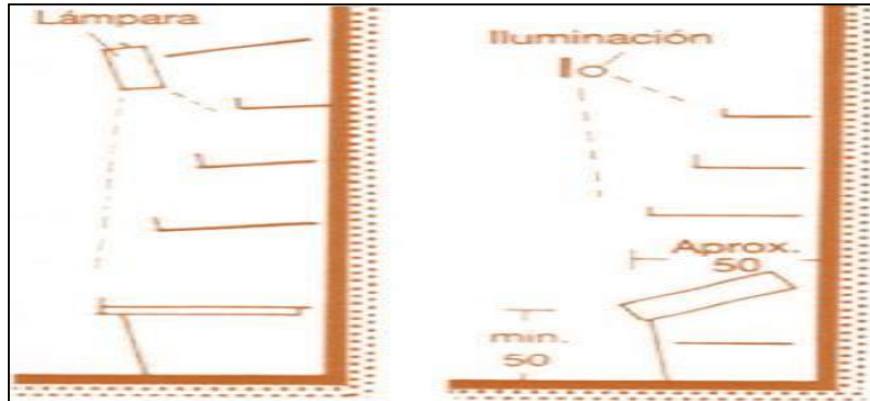


Figura 90: Análisis de la iluminación en un puesto típico
 Fuente: Libro Arte de Proyectar en Arquitectura (1995)

En la imagen se muestra las dimensiones que se deben considerar en la proyección de los puestos de abastos para obtener una iluminación ideal para la muestra de los productos.

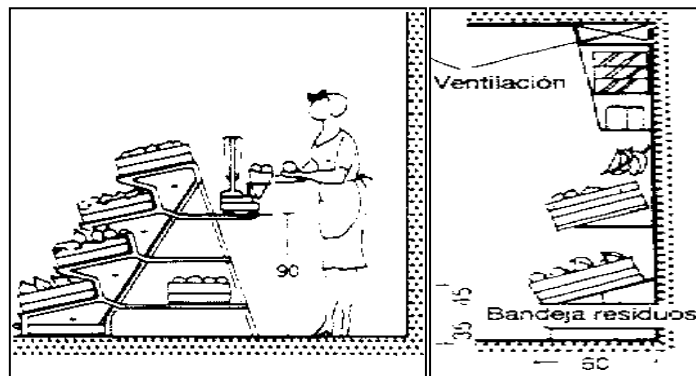


Figura 91: Análisis de puesto típico para puesto de frutas
 Fuente: Libro Arte de Proyectar en Arquitectura (1995)

En la imagen se muestra dos tipologías de mobiliario para los puestos de frutas, considerando una forma escalonada, con la intención de mostrar con mayor versatilidad los productos.

En el caso del aparador adosado a la pared, debe contar con un espacio libre, que sirva de ventilación.

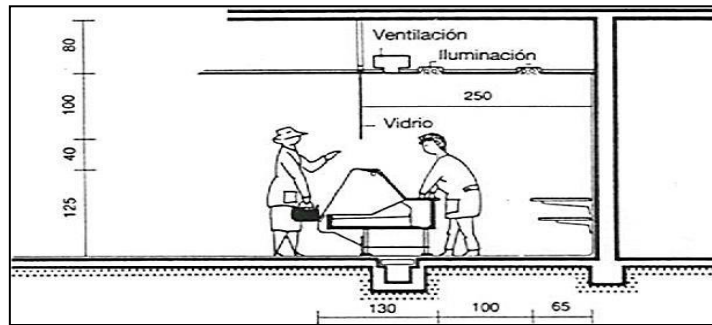


Figura 92: Análisis de puesto típico para puesto de frutas

Fuente: Libro Arte de Proyectar en Arquitectura (1995)

En la figura se observa las dimensiones de la altura y ancho de un puesto típico, incluyendo el cielo raso para la ventilación e iluminación, el cual es importante considerar para causar una mayor impresión en el cliente.

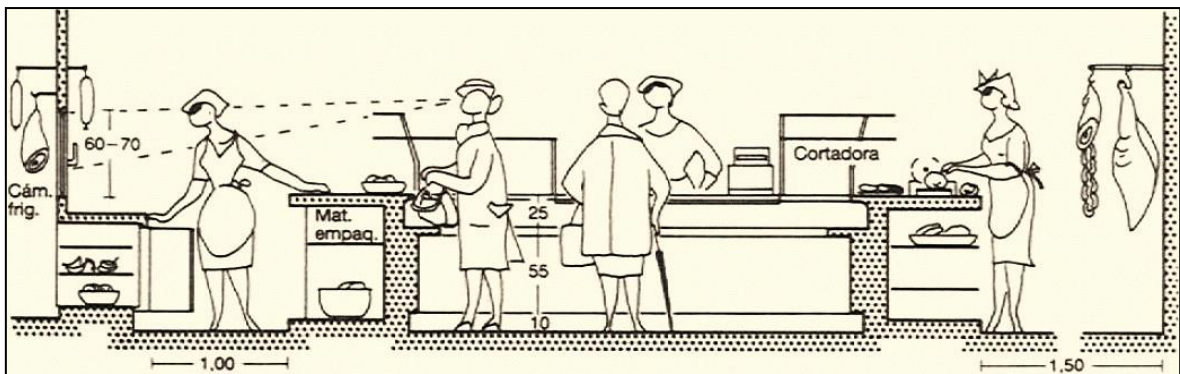


Figura 93: Análisis de puesto típico para puesto de carnes

Fuente: Libro Arte de Proyectar en Arquitectura (1995)

En la imagen se muestran dimensiones que se pueden considerar en la proyección de los puestos de carne, considerando las circulaciones de los comerciantes y consumidores.

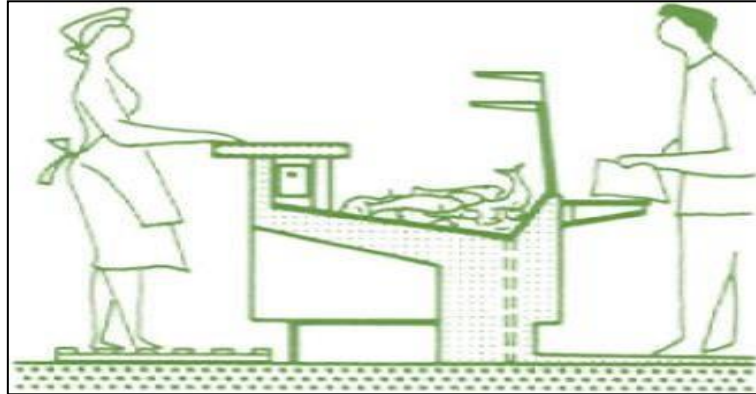


Figura 94: Análisis de puesto típico para puesto de pescado
 Fuente: Libro Arte de Proyectar en Arquitectura (1995)

Es importante considerar un porcentaje de pendiente en los mostradores de los puestos de pescado y en general de las zonas húmedas, así mismo se debe considerar un sistema de drenaje implementado por debajo de la superficie de los puestos.

- **Zona de Gastronomía**

Este espacio involucra las dimensiones de los puestos comida especializada porque se distribuirán en la Zona de Gastronómica del Mercado de abastos.

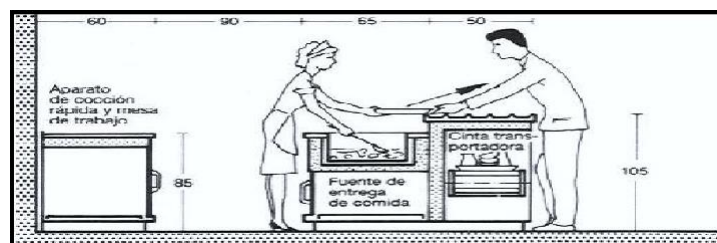


Figura 95: Análisis de stands de comida especializada
 Fuente: Libro Arte de Proyectar en Arquitectura (1995)

En la imagen se muestra el espacio necesario que permite al vendedor poder realizar sus actividades, desde preparar los platillos y atender, en contacto directo con el cliente.

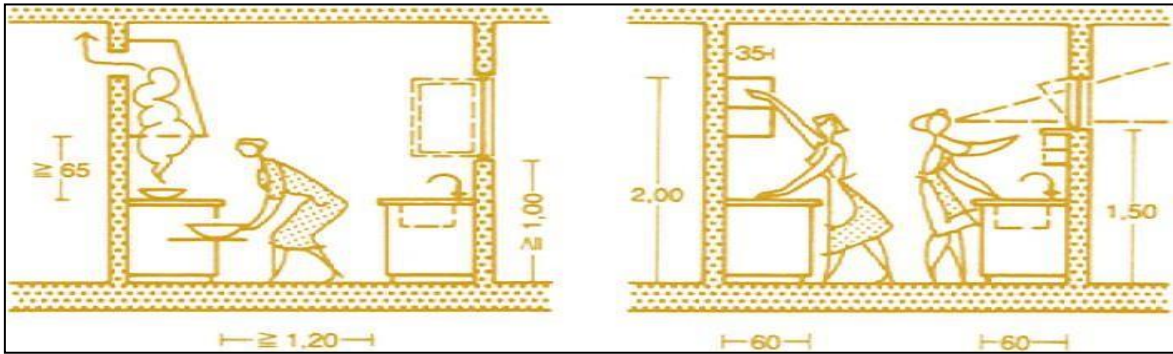


Figura 96: Análisis de cocina de restaurant

Fuente: Libro Arte de Proyectar en Arquitectura (1995)

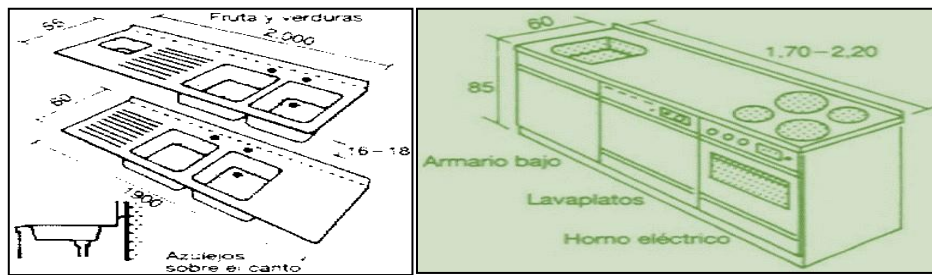


Figura 97: Análisis de mobiliario de cocina

Fuente: Libro Arte de Proyectar en Arquitectura (1995)

- **Zona de servicios**

La zona de servicios involucra sectores de área de carga, descarga, área de copia, cuartos de maquinaria, etc. Las cuales están distribuidas en los mercados de abastos.

- **Zona de estacionamiento**

Las zonas de estacionamientos son de mucha importancia, puesto que gracias a las medidas del reglamento podemos calcular la capacidad de estacionamientos en un establecimiento.

Mercado mayorista	1 est. cada 10 pers	1 est. cada 10 pers
Mercado minorista		
Galería comercial	1 est. cada 25 pers	1 est. cada 20 pers
Galería ferial		

8.12. Tecnológico – Ambientales

8.12.1. Ambientales

En el desarrollo de este punto, se tiene en cuenta los factores ambientales que se aplican en la arquitectura, los cuales serán vinculados más adelante en el proyecto y su propuesta arquitectónica, es por esto que la ventilación natural, iluminación natural y la orientación del sol, son estudios importantes que se deben tener en cuenta.

8.12.2. Ventilación Natural

Es de suma importancia conocer y estudiar cuales son las descripciones y cualidades del aire que va entorno a una edificación, puesto que esto nos permite poder manipular las ventilaciones naturales de las áreas interiores y por ende poder garantizar un mejor confort a los usuarios.

Para Araujo (2011), en el artículo, La Arquitectura y el Aire: Ventilación Natural, nos manifiesta en su escrito que la mayoría de los profesionales que se encuentran en el campo de arquitectura no le brindan la suficiente importancia al ambiente, ni mucho menos al aire que requiere cada espacio, que es un elemento que no se puede percibir visualmente sino estando en el espacio, ya que el estar ahí nos brinda y genera en nosotros bienestar (pág. 4).

En los mercados de abastos es de suma importancia e indispensable tener el control de lo que es la ventilación, por los diversos tipos de productos que se comercializan en el establecimiento, con mayor razón en las áreas húmedas, semi – húmedas o secas y en general para las demás zonas que se encuentren dentro del mercado, por lo que es muy necesario tener un sistema de ventilación cruzada, de tal manera que se aprovecha el espacio abierto que tienen estos establecimientos y por los cuales se caracterizan gracias a sus grandes luces de ventilación.

Araujo (2011), nos define cual es el funcionamiento de una ventilación cruzada, señalando que “Se produce cuando la entrada y salida del aire se efectúan por aberturas situadas en diferentes planos opuestos, [...] el viento actúa en una fachada, produce presión entre ella y negativa sobre la opuesta, diferencia que activa la ventilación cruzada” (pág. 11).



Figura 98: Ventilación cruzada en edificios comerciales

Fuente: <http://amienvironmental.com>

8.12.3. Iluminación Natural

La iluminación natural es un criterio más que se tiene que considerar para la realización de un proyecto de arquitectura, puesto que este criterio es un contribuyente importante que da ahorro de energía que incluso gracias a la iluminación natural se puede genera energía a través de paneles solares.

Según la revista *Envolvente Arquitectónica* (2013), analiza cuales son los factores que se deben tener en cuenta y señala que los sistemas de iluminación tienen como objetivo poder captar la mayor fuente de luz natural, para después poder distribuirla en los espacios internos del establecimiento y de esta manera brindar al usurario un espacio más comfortable.

Además, la revista *Envolvente Arquitectónica* (2013), plantea una estrategia de iluminación natural, donde explica los puntos que se deben tener en cuenta para la realización de un proyecto con una buena iluminación natural.

- Captación de Luz

La captación de luz no solo depende de las condiciones del exterior del establecimiento, sino que también del tipo de material que se emplea para la captación de la luz, es por esta razón que es muy importante el espesor, la orientación y el emplazamiento del lugar.

- Repartición de Luz

Para la repartición de la luz se debe de tener en cuenta el mobiliario y los

muros que no interfieran con la dirección de la luz, y también de la misma manera el material que refleja la luz debe tener colores mates o claros para que no haga que el lugar sea oscuro sino tenga mayor claridad.

- Protección y Control

Es muy importante tener el control y la protección solar ya que la intensidad que tiene la luz natural tiene puede ocasionar molestias visuales en los usuarios, por lo que se deben implementar en los proyectos cubiertas, voladizos, los cuales impidan un poco que la luz entre con fuerza y así no genere incomodidad visual al usuario.

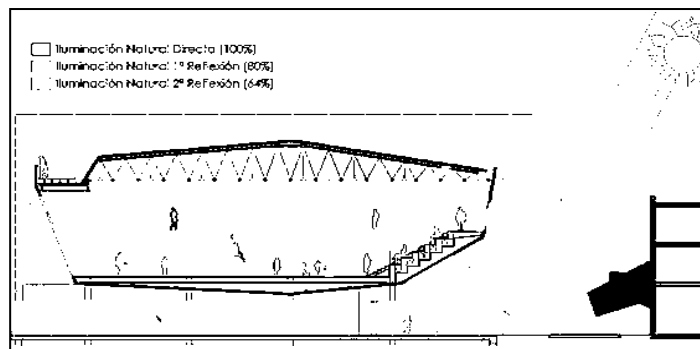


Figura 99: Ventilación cruzada en edificios

Fuente: <https://www.femarquitectura.net>

8.12.4. Orientación

Es importante tener en cuenta la orientación del sol puesto que es un criterio muy fundamental para la proyección del diseño arquitectónico que se tiene pensado hacer, ya que, dependiendo de la orientación del sol, se podrán emplear de una mejor manera los materiales acordes a los recursos ambientales de la zona como lo es la ventilación natural y la iluminación natural.

Este criterio se basa en el estudio de la Gnomónica, la cual estudia y analiza la proyección de la luz a través de las sombras y que hoy en día se emplea como un principio para elaborar las cartas solares.

A continuación, se procederá a detallar los factores que se deben tomar en

cuentapara obtener un criterio de orientación ideal:

- El desplazamiento del sol, realiza un recorrido de este a oeste, variando la intensidad de su radiación en las diferentes estaciones del año.
- En el hemisferio sur de la tierra, el sol se desplaza con dirección al norte, pero siguiendo la trayectoria de este a oeste.

De estas consideraciones se concluye en lo siguiente:

- La orientación hacia el norte recibe es ideal en el caso se desee captar mayor intensidad solar en todas las estaciones del año.
- La orientación noreste es ideal para ya que en invierno recibe mucha radiación solar y en verano es menos intenso.

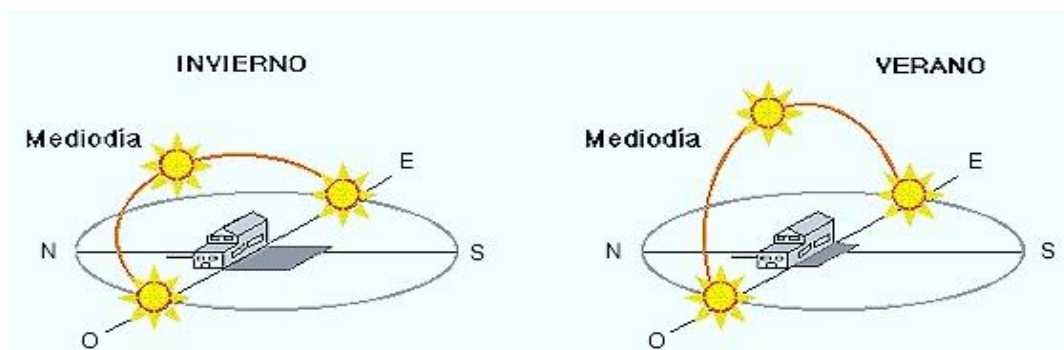


Figura 100: Ventilación cruzada en edificios

Fuente: <https://pedrojhernandez.com>

8.12.5. Constructivos - Estructurales

Los sistemas son de suma importancia dada la magnitud de una propuesta arquitectónica, ya que para poder generar una propuesta es necesaria la implementación de sistemas constructivos estructurales los cuales sean adecuados para el diseño de un mercado de abastos.

Algunos detalles estructurales que se deben tener en cuenta son:

- Cimentación

Para tener una buena cimentación se evalúa implementar un sistema a porticado, la cual transmite la carga de una edificación a través de los elementos estructurales como la losa, viga, columna, cimentación, siendo este último el que recibe la carga acumulada.

Es así como entonces se puede determinar cuáles son las especificaciones técnicas y el pre - dimensionamiento del sistema estructural, posteriormente a ello se evalúa la etapa del diseño, con conceptos de elementos estructurales:

Las cimentaciones tienen clasificaciones como pueden ser las superficiales, semi profundas y profundas, orientadas en base a un análisis de cimentación superficial, la cual se encuentra compuesta por zapatas: corridas, aisladas, combinadas, etc., que se evalúan acorde al tipo de terreno que se propone como proyección.

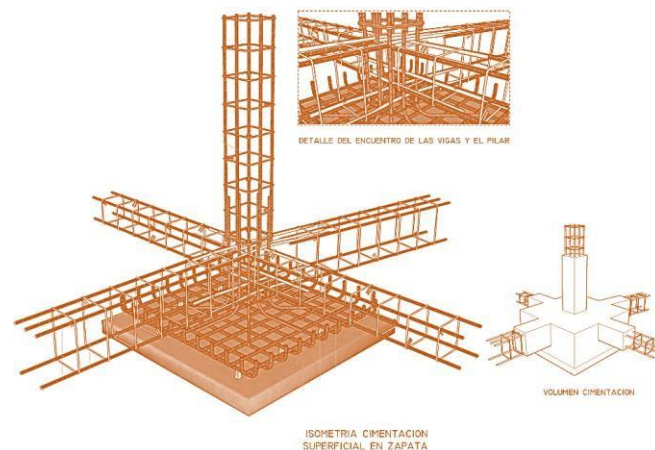


Figura 101: Detalle de Zapata

Fuente: <https://www.tiposde.com>

- Estructuras de acero

El implementar el acero como un elemento de sistema estructural resulta factible para la construcción, pues presenta un índice alto de resistencia, puesto que es un material flexible que tiene menor densidad y es relativamente más económico (Vélez, 2004).

Según Singer (2005), las estructuras de acero son un elemento fundamental para todas las construcciones del sector comercio e industria, por las características que presenta por lograr la mayor estabilidad en espacios amplios.

- Sistemas de Cimentación y Anclaje:

Este sistema se diferencia por el esfuerzo que está sometido en el soporte, el tipo de superficie y el empotramiento y pueden ser: anclaje de soporte a compresión, tracción y flexión, siendo este último es el más empleado (pág. 18).

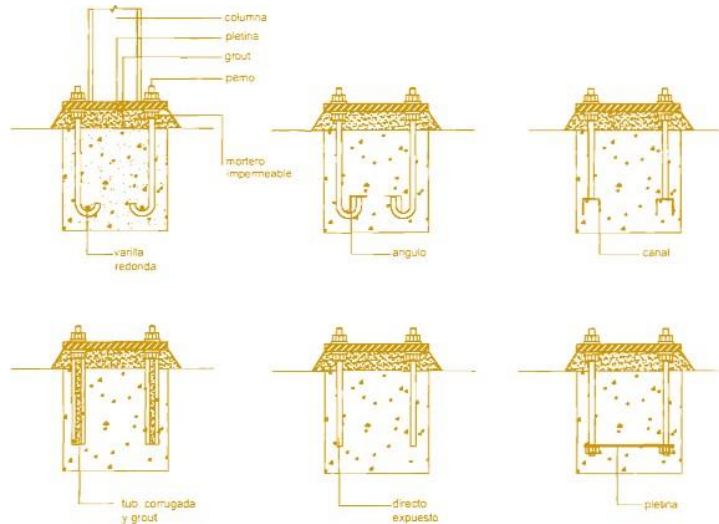


Figura 102: Tipos de anclajes a cimentación

Fuente: <http://www.bdigital.unal.edu.co>

- Sistemas de Elementos a Compresión Tipos de Columnas:

Existen tipos de columnas como las columnas simples, compuestas, cruciformes, tubulares, macizas, armadas y externas, pero su uso depende de los diferentes perfiles para la unión de las estructuras, otorgando trabajos de compresión, tracción y pandeo (pág. 19).

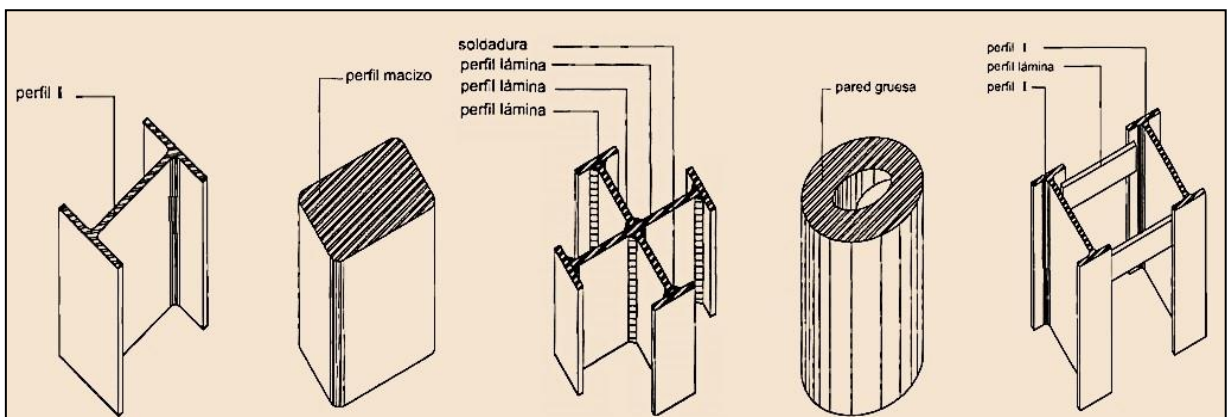


Figura 103: Tipos de anclajes a cimentación

Fuente: <http://www.bdigital.unal.edu.co>

- Losas con asiento metálico:

Este tipo de losa es el más difundido para los edificios de estructura metálica, el cual combina el concreto con el acero. Para ello se utiliza como asiento metálico el denominado “Steel deek” que sirve de soporte junto con el concreto para el soporte de las cargas vivas (pág. 33).

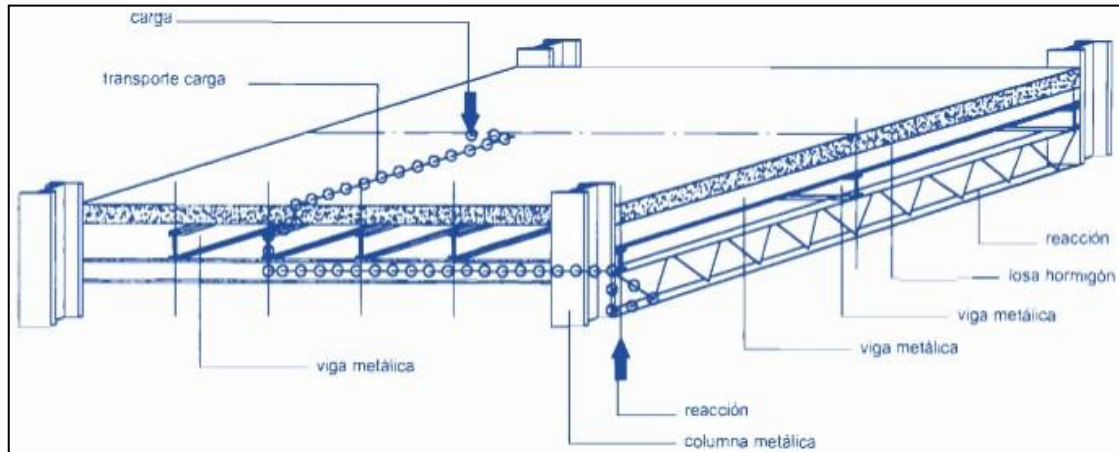


Figura 104: Tipos de anclajes a cimentación

Fuente: <http://www.bdigital.unal.edu.co>

- Sistemas de Elementos a Flexión

El acero debe estar protegido de agentes externos como la corrosión y el fuego, con el fin de alargar la conservación de la estructura y las propiedades de la misma a través del tiempo (pág. 38).

- Coberturas Reticuladas

Según Desposorio (2006) en el Diseño Mecánico por elementos finitos de coberturas reticuladas de unión semirrígida en 3D, realiza una investigación de los diferentes tipos de coberturas que se han implementado en los edificios, de acuerdo a varios factores, entre los cuales define, el cubrir un espacio, el material empleado y la estética.

Estos tipos de coberturas destacan, las coberturas espaciales reticulares las cuales señalan que son sistemas estructurales los cuales están conformados mediante un ensamblaje de elementos que están dispuestos en tres dimensiones, estas estructuras espaciales pueden ser planas o curvas en

conjunto (pág. 4)

Este tipo de coberturas es aplicado en polideportivos, centros comerciales, centros culturales, etc. Su flexibilidad y baja densidad permite que el diseño de la cobertura, proporcionando estética y el poder cubrir mayores superficies sin la necesidad de muchos soportes intermedios (columnas).

Entre las ventajas que te ofrece este sistema, el autor destaca:

- El bajo peso propio
- Técnicas de fabricación y Construcción
- Libertad de Diseño
- Sostenibilidad (mayores luces y ventilación natural)

REFERENCIAS

Abad, C. J. P. (2019). Territorio Y Recursos Turísticos. Editorial Universitaria Ramon Areces.

Acerenza, M. (2006). Conceptualización, origen y evolución del turismo.

EDITORIAL

TRILLAS. <https://www.entornoturistico.com/wpcontent/uploads/2017/11/Conceptualización-origen-y-evolución-del-turismo-de-Miguel-Acerenza-PDF.pdf>

Alarcón, K. (2017, 6 diciembre). Centro gastronómico en Lurín. Repositorio Académico San Martín de Porres. <https://repositorio.usmp.edu.pe/handle/20.500.12727/3026>

Bao, M. (2015). Proyecto de reconversión del mercado municipal del Grao de Valencia en mercado gastronómico: actuación en la zona de restauración hostelera. Universitat Politècnica de Valencia. <https://riunet.upv.es/handle/10251/57123>

Brack, A. (2016). Perú Biodiversidad y Biocomercio. Situación actual y potencial. Promperú. <https://repositorio.promperu.gob.pe/handle/123456789/908>

Centros comerciales de área urbana. (s. f.). centros comerciales de área urbana.

Corporación Ciudad Accesible y Boudeguer & Squella ARQ. (2010). Manual de Accesibilidad Universal. UPLA. https://www.upla.cl/inclusion/wp-content/uploads/2014/06/2014_0606_inclusion_manual_accesibilidad.pdf

Delgado, F. H., y Ausina, I. T. (2013). El Mercado Central de Valencia. Alianza Editorial.

- Esteban, J. D. (2015). Turismo gastronómico y enológico (Spanish Edition) (1. ed.). Dykinson S.L.
- Fracalossi, I. (2015). Mercado Roma / Rojkind Arquitectos + Cadena y Asociados. ArchDaily Perú.
<https://www.archdaily.pe/pe/763327/mercado-roma-rojkind-arquitectos>
- GanaMás. (2016). Produce apoyará competitividad de mercados de abastos para impulsar la gastronomía. Gan@Más.
<https://revistaganamas.com.pe/produce-apoyara-competitividad-de-mercados-de-abastos-para-impulsar-la-gastronomia/>
- Gil, R. R. (2018). Recursos turísticos 2.a. Paraninfo.
- Gil, R. R. (2013). Recursos turísticos 2.a. Paraninfo.
- Graft, M. (2014). Diseño al Servicio de la Cocina. Universidad de Palermo.
<https://docplayer.es/12378798-Proyecto-de-graduacion.html>
- Guàrdia, M., y Oyon, J. (2010). Hacer ciudad a través de los mercados (1.a ed.). Ajuntament de Barcelona.
<https://www.barcelona.cat/museuhistoria/sites/default/files/mercados.pdf>
- Hernández, L. (2018). Plaza de mercado Málaga, Santander diseño arquitectónico de la plaza de mercado del municipio de Málaga-Santander. Repositorio Universidad Santo Tomas.
<https://repository.usta.edu.co/handle/11634/10257>
- Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura. (1987). Annual report 1986. IICA. <https://repositorio.iica.int/handle/11324/16906>
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2017). Compendio Estadístico 2017. INEI.
https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/

[Lib1477/libro.pdf](#)

Instituto Nacional de Estadísticas e Informática. (2013). Compendio Estadístico del Perú.

INEI. https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digital_es/Est/Lib1097/libro.pdf

León, J., y Rondón, J. (2017). Mercado de Abastos en Huaral. Repositorio Universidad Ricardo Palma.

<https://repositorio.urp.edu.pe/handle/urp/1095>

Londoño, L. M. P. (2016). Turismo Gastronómico. Impulsor del comercio de proximidad (Manuales). Editorial UOC, S.L.

Mercado de la Paz – Mucho más que un mercado de alimentación. (2018).

Mercadode la Paz. <https://www.mercadodelapaz.com>

Mercado de Santa Caterina, Barcelona. (2019). Arquitectura viva.

<https://arquitecturaviva.com/obras/mercado-de-santa-caterina>

Mercado Roma. (2018). Mercado Roma. <https://mr.mercadoroma.com>

Mercado San Miguel. (2018). Mercado San Miguel.

<https://mercadodesanmiguel.es>

Mercado Santa Caterina. (2017). WikiArquitectura.

<https://es.wikiarquitectura.com/edificio/mercado-santa-catarina/>

Mercats de Barcelona. (2018). Barcelona.cat.

<https://ajuntament.barcelona.cat/mercats/es/content/mercado-de-sants-0>

Meshner, L. (2010). Basics Interior Design 01: Retail Design. AVA Publishing.

Meshner, L., y Sousa, S. S. (2012). Diseño de espacios comerciales (1.a

ed.).

Editorial GG.

Ministerio de Producción. (2019). Norma Técnica para el Diseño de Mercados de Abastos Minoristas. https://transparencia.produce.gob.pe/images/stories/Repositorio/transparencia/proyectos-de-inversion/niveles-de-servicio/2021/PNDP/NS/Norma_Tecnica_R_M_N_148_2021_PRODUC_E.pdf

Ministerio de Salud. (2004). Reglamento Sanitario de Funcionamiento de Mercados de Abastos. DIGESA. <http://bvs.minsa.gob.pe/local/MINSA/3336.pdf>

Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento. (2006). Reglamento Nacional de Edificaciones. Vivienda.gob.pe. <https://ww3.vivienda.gob.pe/ejes/vivienda-y-urbanismo/documentos/Reglamento%20Nacional%20de%20Edificaciones.pdf>

Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento. (2019). Norma Técnica A.120 “Accesibilidad Universal en Edificaciones” del RNE. Vivienda.gob.pe. <https://dgadt.vivienda.gob.pe/Uploads/Norma-A120-Accesibilidad-Universal-en-Edificaciones.pdf>

Miralles, E. (2004). Mercado de Santa Caterina. Scielo. https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S071769962004005800018&lng=en&nrm=iso&tlng=en

Moreira, C., y Napoleón, P. (2016). Repositorio Universidad de Guayaquil: Estudio para el diseño arquitectónico del mercado municipal, gastronómico y artesanal para el cantón Salitre 2015. Repositorio Universidad de Guayaquil. <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/9416>

Municipalidad Metropolitana de Lima. (2013). Guía para la Competitividad de Mercados de Abastos. MunLima.

<https://www.munlima.gob.pe/images/descargas/gerencias/GDE/guia-de-formalizacion/Guia-para-la-competitividad-de-Mercados-de-Abastos.pdf>

Of the United Nations, Food and Agriculture Organization. (s. f.). El estado mundial de la agricultura y la alimentación 2019: Progresos en la lucha contra la pérdida y el desperdicio de alimentos (The State of Food and Agriculture). El estado mundial de la agricultura y la alimentación 2019.

Organización Mundial del Turismo. (2012). Panorama OMT del Turismo Internacional. World Tourism Organization (UNWTO). <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284414680>

Organización Mundial del Turismo y Basque Culinary Center. (2019). Guía para el desarrollo del turismo gastronómico (N.o 978–92-844-2099-5). UNWTO. <https://doi.org/10.18111/9789284420995>

Promperú. (2016). Perfil del Turista Extranjero. https://www.promperu.gob.pe/TurismoIN/Uploads/temp/Uploads_perfiles_e_xtranjeros_39_PTE16_publicacion.pdf

Quinto, B. (2018). El bambú como material alternativo para sistemas constructivos bioclimáticos en los mercados de 2da generación. San Martín de Porres 2017. Repositorio Universidad César Vallejo. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/42006/browse?type=autor&value=Quinto+Farf%C3%A1n%2C+Brenda+Kassandra&locale-attribute=es>

República de Chile Ministerio de Salud. (2018). reglamento sanitario de los alimentos. Publicado en el Diario. http://www.dinta.cl/wp-content/uploads/2018/12/RSA-DECRETO_977_96-Actualizado-Julio-2018.pdf

Rivalora, A. (2015). Nuevo Mercado para el distrito de Magdalena del Mar.
Repositorio UPC.

<https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/582077>

Sampieri, R. H. (2014). Metodología de la investigación (6.a ed.). McGraw-Hill Education.

<https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>

Sánchez, C. (2019). Mercado y centro gastronómico - centro histórico de Lima. Repositorio UPC.

<https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/625277>

Tapia, D. (2017). Mercado del Rio / Morales Vicaria Arquitectura. ArchDaily Perú.

<https://www.archdaily.pe/pe/878204/mercado-del-rio-morales-vicaria-arquitectura>

Valdettaro, M. (2017). Mercado + Centro Gastronómico en el Rimac.
Repositorio UPC.

<https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/622469>

ANEXOS

MARCO NORMATIVO

REGLAMENTO NACIONAL DE EDIFICACIONES (R.N.E)

Se ha considerado la Norma A.070 Comercio, para analizar ciertas condiciones y características de habitabilidad; la Norma A.130-Requisitos de Seguridad del Ministerio de Vivienda para calcular aforos utilizando coeficientes o factores de ocupación y la Norma A.120-Accesibilidad para personas con discapacidad, para albergar a público en general y presentar una propuesta óptima. Se describirán ciertos artículos relevantes para el proyecto a considerar:

✓ **Condiciones de habitabilidad y funcionamiento**

- Contar con ventilación natural o artificial. El área mínima de los vanos que abren deberá ser superior al 10% del área del ambiente que ventilan.

- El número de personas de una edificación comercial se determinará en base al área de exposición de productos y/o con acceso público: Mercados Minoristas 2.0m² por persona.

- La altura libre mínima de piso terminado a cielo raso en las edificaciones comerciales será de 3.00m².

✓ **Características de los componentes**

- Los accesos a las edificaciones comerciales deberán contar con al menos un ingreso accesible para personas con discapacidad.

- Las dimensiones de los vanos para la instalación de puertas de acceso, comunicación y salida deberán calcularse según el uso de los ambientes a los que dan acceso y al tipo de usuario que las empleará.

Altura Mínima	2.10m
Anchos mínimos de los vanos en que se instalarán las puertas	Ingreso principal 1.00m
Dependencias interiores	0.90m
Servicios higiénicos	0.80m
Servicios higiénicos para discapacitados	0.90m

- El ancho mínimo de los pasajes de circulación será de 2.40m los mismos que permanecerán libres de objetos, mobiliario, mercadería o cualquier obstáculo. Los pasajes principales deberán tener un ancho mínimo de 3.00m.

- Los pisos en mercados, serán de material impermeable, antideslizante y liso, fáciles de limpiar y se les dará pendiente de por lo menos 1.5% hacia las canaletas o sumideros de desagüe.

- Los puestos de comercialización en los mercados se construirán de material no inflamable, las superficies que estén en contacto directo con el alimento deberán ser fáciles de limpiar y desinfectar.

- La distribución de las secciones será por tipo de producto. Las áreas mínimas de los puestos de acuerdo a las actividades comerciales a desarrollar en el mercado serán:

Carnes, pescado y productos perecibles	6m ²
Abarrotes, mercería y cocina	8m ²
Otros productos	6m ²

- El área de elaboración de alimentos, tendrá pisos de material no absorbente, resistentes, antideslizantes, no atacables por los productos empleados en su limpieza y de materiales que permitan su mantenimiento en adecuadas condiciones de higiene. Serán fáciles de limpiar y tendrán una

inclinación suficiente hacia los sumideros que permita la evacuación de agua y otros líquidos.

✓ **Dotación de servicios**

- Las edificaciones para mercados estarán provistas de servicios sanitarios para empleados, según lo que se establece a continuación, considerando 10m² por persona:

NÚMERO DE EMPLEADOS	HOMBRES	MUJERES
De 1 a 5 empleados	1L, 1U, 1I	
De 6 a 20 empleados	1L, 1U, 1I	1L, 1I
De 21 a 60 empleados	2L, 2U, 2I	2L, 2I
De 61 a 150 empleados	3L, 3U, 3I	3L, 3I
Por cada 100 empleados adicionales	1L, 1U, 1I	1L, 1I

Adicionalmente, se proveerán servicios sanitarios para el público en base al cálculo del número de ocupantes, conforme al artículo 7 de esta norma.

NÚMERO DE PERSONAS	HOMBRES	MUJERES
De 10 a 100 personas (público)	1L, 1U, 1I	1L, 1I
De 101 a 250 personas (público)	2L, 2U, 2I	2L, 2I
Por cada 250 personas adicionales	1L, 1U, 1I	1L, 1I

- Las edificaciones comerciales deberán tener estacionamientos dentro del predio sobre el que se edifica. El número mínimo de estacionamientos será el siguiente:

Para personal	1 estacionamiento cada 20 personas.
Para público	1 estacionamiento cada 20 personas.

- Deberá proveerse un mínimo de espacios para estacionamientos de vehículos de carga de acuerdo al análisis de las necesidades del establecimiento. En caso de no contarse con dicho análisis se empleará la siguiente tabla:

De 1 a 500m ² de área techada	1 estacionamiento
De 500 a 1,500 m ² de área techada	2 estacionamiento
De 1,500 a 3,000 m ² de área techada	3 estacionamiento
Más de 3,000 m ² de área techada	4 estacionamiento

- En los mercados minoristas y supermercados se considerará espacios para el depósito de mercadería, cuya área será como mínimo el 25% del área de venta, entendida como la suma de las áreas de los puestos de venta, las áreas que ocupan las circulaciones abiertas al público.

- Se proveerá cámaras frigoríficas para carnes y pescados:

DIMENSIÓN	VOLUMEN MÍNIMO
Cámara frigorífica de pescados	0.06m ³ por m ² de área de venta.
cámara fría para productos diversos	0.03m ³ por m ² de área de venta.

- Se proveerá un ambiente para basura que destinará un área mínima de 0.03m³ por m² de área de venta, con un área mínima de 6m².

Así también, se contará con un área para lavado de recipientes de basura, estacionamiento de vehículo recolector de basura, etc.¹⁵

Norma A. 120 Accesibilidad para personas con discapacidad

✓ Condiciones generales

- Hacer ambientes y rutas accesibles que permitan el desplazamiento y la atención de las personas con discapacidad, en las mismas condiciones que el público en general.

- En las áreas de acceso a las edificaciones se realizará lo siguiente:

a) Los pisos de los accesos estarán fijos y tendrán una superficie con materiales antideslizantes.

b) Los pasos y contrapasos de las gradas de escaleras, tendrán dimensiones uniformes.

c) El radio del redondeo de los cantos de las gradas no será mayor de 13mm.

d) Los cambios de nivel hasta de 6mm, pueden ser verticales y sin tratamiento de bordes; entre 6mm y 13mm deberán ser biselados, con una pendiente no mayor de 1:2, y los superiores a 13mm deberán ser resueltos mediante rampas.

e) Las rejillas de ventilación de ambientes bajo el piso y que se encuentren al nivel de tránsito de las personas, deberán resolverse con materiales cuyo espaciamiento impida el paso de una esfera de 13 mm.

f) Los pisos con alfombras tendrán que estar confinados entre paredes y/o con platinas en sus bordes.

g) Las manijas de las puertas, mamparas y paramentos de vidrio serán de palanca con una protuberancia final o de otra forma que evite que la mano se deslice hacia abajo. La cerradura de una puerta accesible estará a 1.20 m. de altura desde el suelo, como máximo.

- En los ingresos y circulaciones de uso público deberá cumplirse lo siguiente:

a) El ingreso a la edificación tendrá que ser accesible desde la acera correspondiente. En caso de existir diferencia de nivel, además de la escalera de acceso debe existir una rampa.
b) El ingreso principal será accesible, entendiéndose como tal al utilizado por el público en general. En las edificaciones existentes cuyas instalaciones se adapten a la presente Norma, por lo menos uno de sus ingresos deberá ser accesible.
c) Los pasadizos de ancho menor a 1.50 mts deberán contar con espacios de giro de una silla de ruedas de 1.50 mts x 1.50 mts, cada 25 mts. En pasadizos con longitudes menores debe existir un espacio de giro.

- Las dimensiones y características de puertas y mamparas deberán cumplir lo siguiente:

a) El ancho mínimo del vano con una hoja de puerta será de 0.90 mts.
b) De utilizarse puertas giratorias o similares, deberá preverse otra que permita el acceso de las personas en sillas de ruedas.
c) El espacio libre mínimo entre dos puertas batientes consecutivas abiertas será de 1.20m.

- El ancho libre mínimo de una rampa será de 90cm. entre los muros que la limitan y deberá mantener los siguientes rangos de pendientes máximas:

Diferencias de nivel de hasta 0.25 mts.	12% de pendiente
Diferencias de nivel de 0.26 hasta 0.75 mts.	10% de pendiente
Diferencias de nivel de 0.76 hasta 1.20 mts.	8% de pendiente
Diferencias de nivel de 1.21 hasta 1.80 mts.	6% de pendiente
Diferencias de nivel de 1.81 hasta 2.00 mts.	4% de pendiente
Diferencias de nivel mayores	2% de pendiente

Norma A. 130 Requisitos de seguridad

✓ Sistemas de evacuación

- Las salidas de emergencia contarán con puertas de evacuación de apertura desde el interior accionadas por simple empuje. En los casos que, por razones de protección de los bienes, las puertas de evacuación deban contar con cerraduras con llave, estas contarán con un letrero iluminado y señalizado que indique «Esta puerta permanecerá sin llave durante las horas de trabajo».

- Las puertas de evacuación pueden o no ser de tipo cortafuego, dependiendo su ubicación dentro del sistema de evacuación. El giro de las puertas debe ser siempre en dirección del flujo de los evacuantes, siempre y cuando el ambiente tenga más de 50 personas.¹⁶

– Ministerio de Salud

El Ministerio de Salud cuenta, con ciertos criterios de diseño, en lo que se refiere a materialidad y limpieza se refiere exclusivamente de Mercados de Abastos. Se consideraron algunos artículos relevantes:

✓ Ubicación

Los establecimientos se ubicarán en lugares donde se garantice la inocuidad de los alimentos y se evite la contaminación ambiental. La aprobación de proyectos de infraestructura de mercados de abasto se hará previo estudio de impacto ambiental y análisis de riesgo para asegurar la inocuidad de los alimentos que se comercializan.

✓ Infraestructura

Los mercados se construirán con materiales fáciles de limpiar y desinfectar, resistentes a la corrosión y se conservarán en buen estado. Los materiales serán tales que no transmitan sustancias no deseadas al alimento. El mercado de abasto debe disponer de espacios suficientes y distribuidos de manera tal que permita realizar las operaciones de mantenimiento, limpieza, comercialización y el tránsito seguro de las personas y vehículos. Los mercados de abasto cumplirán los requisitos siguientes: ¹⁷

a) Los pisos serán de material impermeable, inadsorbente, lavable, antideslizante y sin grietas. Se les dará una pendiente suficiente, no menor de 1,5% para permitir que los líquidos escurran hacia las canaletas o sumideros convenientemente situados.

b) Las paredes serán lisas y sin grietas, de material impermeable, inadsorbente, lavable y de color claro.

c) Los techos se proyectarán de manera tal que se impida la acumulación de suciedad. La altura será suficiente para garantizar una buena circulación de aire. Los mercados deben estar completamente techados y se construirán de manera tal que impidan el ingreso de plagas u otros animales.

d) Las puertas de acceso serán, en general, en número de dos en mercados y ferias de 150 puestos o menos, debiendo ubicarse, en lo posible, en puntos extremos y aumentando una puerta por cada 100 puestos adicionales.

e) Las ventanas y otras aberturas se construirán de manera tal que se evite la acumulación de suciedad y estén provistas de medios que impidan el ingreso de insectos, aves u otros animales.

f) Los pasillos tendrán una amplitud suficiente para asegurar el tránsito fluido; en cualquier caso su anchura no debe ser menor de 2 m y en ningún caso se utilizarán como áreas de almacenamiento ni exhibición de los alimentos.

Normatividad y confort

a. Criterios antropométricos

Para establecer ciertos criterios antropométricos se analizará la información del libro Neufert y el libro Plazola, ya que son referentes antropométricos. Los puntos a tener en cuenta son: usuario, espacio, actividad, distribución, espacio ocupado y esquemas funcionales.

USUARIO	ESPACIO	COMERCIANTE Y MOBILIARIO	ESPACIO OCUPADO	TOTAL	FUENTE
Estante para botellas	Puesto	Comerciante y estante	Estante: 0.60m. Comerciante: 0.40m.	1.00m.	Neufert
Estantería para frutas y verduras	Puesto	Comerciante y estante	Estante: 0.60m. Comerciante: 0.40m.	0.60m.	Neufert
Pan y botillería	Puesto	Comerciante y estante	Estante: 0.40-0.55m. Comerciante: 0.40m.	1.05m.	Neufert
Anchura mínima de una tienda	Puesto	Comerciante, exhibidor y grupo de clientes	Grupo Clientes: 0.60+0.80=1.40m. Exhibidor: 1.20-1.30m. Comerciante: 0.80m., Estante 0.40m.	3.80m.	Neufert

USUARIO	ESPACIO	ACTIVIDAD	ESPACIO OCUPADO	TOTAL	FUENTE
Cliente de Pie	Corredor	Cliente comprando	0.50m.x1= 0.50m.	0.50m.	Plazola
Grupo de clientes de pie	Corredor	02 Clientes comprando y 04 caminando	0.50x2=1.00m. 0.75x4=3.00m	4.00m.	Plazola
Par de clientes	Corredor	01 cliente comprando y 01 cliente caminando	0.75mx1=0.75m. 0.50x1=0.50m.	1.25m.	Plazola
Estibador de carga	Corredor	01 caminando, 01 estibador, 01 comprando	0.75m.x1= 0.75m. 0.75mx1=0.75m. 0.50m.x1=0.50m.	2.00m.	Plazola

USUARIO	ESPACIO	ACTIVIDAD	ESPACIO OCUPADO	TOTAL	FUENTE
Cliente sentado	Corredor	Comiendo	0.75m+0.50m+0.45m+0.75m	2.45m.	Plazola
Altura Promedio	Corredor	Relación altura promedio	1.50-mujer , 1.70-hombre	varios	Altura Peruana Promedio
Cliente Caminando entre dos clientes sentados	Corredor	02 comiendo, 01 caminando	0.50+0.75+0.50	1.75m.	Plazola
Varios Clientes	Corredor	Grupo de clientes: caminando, comprando y sentados	Sentado: 0.50m., caminando: 0.75m., silla de ruedas: 0.90m., en puesto: 0.50m.	varios	Plazola

b. Acondicionamiento físico

Para estos criterios se trabajará con la Normatividad de Mercados de Abastos por el Programa Nacional de Diversificación Productivo, dado el 07 de diciembre de 2017 y el cual aún se encuentra en preliminares.

✓ Iluminación

Los mercados de abastos contarán con iluminación natural o artificial, que garantice la clara visibilidad de los productos que se expenden, sin alterar sus condiciones naturales como forma o color. Las bombillas y lámparas que estén suspendidas sobre los alimentos contarán con elementos protectores con el fin de evitar la contaminación de los alimentos en caso de rotura.

En lo concerniente a la iluminación natural se aplicará lo dispuesto por los artículos 47° a 49° de la Norma Técnica A.010 "Condiciones Generales de Diseño".

En lo referido a la iluminación artificial es de aplicación lo dispuesto en la Norma Técnica EM. 010 "Instalaciones Eléctricas Interiores", precisándose que en el cálculo de iluminancia en servicio se hará en función de lo establecido en la tabla de iluminancias para ambientes al interior.

✓ **Aislamiento acústico**

Se tomará en cuenta lo dispuesto por los artículos 57° y 58° de la Norma Técnica A.010 "Condiciones Generales de Diseño"

✓ **Aislamiento térmico**

Deberá contemplarse lo dispuesto por el artículo 56° de la Norma Técnica A.010 "Condiciones Generales de Diseño" y, cuando corresponda, por los artículos 1° al 7° de la Norma EM.050 "Instalaciones de climatización"

✓ **Ventilación**

La ventilación será suficiente de modo que se asegure la circulación del aire, así como la eliminación del aire confinado, a fin de evitar la concentración de olores indeseables, humedad e incremento de la temperatura a niveles tales que generen el deterioro de los alimentos o la incomodidad de las personas. Las aberturas de ventilación se protegerán con mallas de material anticorrosivo, fáciles de desmontar para su limpieza y conservación.

El área mínima de los vanos que abren deberá ser superior al 10% del área del ambiente que ventilan.

Así mismo, se hará hincapié en lo dispuesto por los artículos 51° al 54° de la Norma Técnica A.010 "Condiciones generales de diseño".

CERTIFICADO DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

ANEXO 4 CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DE LOS INSTRUMENTOS

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: "TURISMO GASTRONOMICO"

Nº	DIMENSIONES / ITEMS	CLARIDAD ¹				PERTINENCIA ²				RELEVANCIA ³				SUGERENCIAS
		SI		NO		SI		NO		SI		NO		
	ATRACTIVO TURISTICO													
10	¿Usted considera que el turista ha aprendido a valorar la gastronomía gracias al impacto que han ocasionado las ferias turísticas gastronómicas?		✓					✓						
11	¿Usted considera que el atractivo turístico de una zona se ve influenciada por el implmento de nuevas rutas gastronómicas?		✓					✓						
12	¿Considera usted que la calidad de servicios para los comensales sea un factor atractivo y determinante para el desarrollo del turismo gastronómico?		✓					✓						
	DEMANDA TURISTICA													
13	¿Considera usted que el turismo gastronómico se ha visto influenciado por los consumidores nacionales para el desarrollo de la demanda gastronómica?		✓					✓						
14	¿Usted considera que la demanda turística extranjera adquiere un valor determinante en el crecimiento del turismo gastronómico?		✓					✓						
15	¿Cree usted que la oferta turística de los productos culinarios en los últimos años ha sido la adecuada para desarrollo del turismo gastronómico?		✓					✓						
	RECURSOS TURISTICOS													
16	¿Usted cree que los establecimientos de destino culinario (tiendas, locales, restaurantes) sea determinante para el fomento del turismo gastronómico como un recurso turístico?		✓					✓						
17	¿Usted cree que la motivación colectiva (interés de los consumidores) sea un factor el cual incentive a más turistas a conocer los diversos productos gastronómicos?		✓					✓						
18	¿Considera usted que el entorno turístico sea el complemento adecuado para enriquecer los atractivos culinarios?		✓					✓						

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

Opinión de aplicabilidad: Suficiente No aplicable []

Fecha: 28 de octubre del 2019

Apellidos y nombres del juez evaluador: DEYLA LEMMA NICOLE MANUEL DNI: 86.234.021

Especialidad del evaluador: PIA / CAYON DAVO X DE EN INJENIERIA

- ¹ Claridad : Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo
- ² Pertinencia : Si el ítem pertenece a la dimensión.
- ³ Relevancia : El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

ANEXO 4
CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DE LOS INSTRUMENTOS

Nº	DIMENSIONES / ITEMS	CLARIDAD ¹				PERTINENCIA ²				RELEVANCIA ³				SUGERENCIAS
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO			
INFRAESTRUCTURA														
01	¿Usted considera que los mercados Abastos dispongan de las áreas o sectores apropiados para la distribución de los alimentos?	/		/		/		/		/		/		
02	¿Considera usted que los servicios que brindan los mercados de abastos cuentan con una adecuada área de acondicionamiento para los productos alimenticios?	/		/		/		/		/		/		
03	¿Cree usted que en los mercados de Abastos se han implementado adecuadamente las áreas de control y servicios (servicios médicos, servicios de seguridad, servicios higiénicos, servicios básicos) para una mejor atención al consumidor?	/		/		/		/		/		/		
DISEÑO DE ESPACIOS GASTRONOMICOS														
04	¿Cree usted que para los mercados de abastos se deba tener en cuenta el uso y la función de sus actividades para el diseño de los espacios gastronómicos?	/		/		/		/		/		/		
05	¿Cree usted de que la forma de la organización de los espacios en los mercados de abastos ha permitido un adecuado desarrollo del establecimiento?	/		/		/		/		/		/		
06	¿Cree usted que sea necesario la implementación de espacios flexibles (área de exposición gastronómica, áreas de usos múltiples) en el diseño de mercado de abastos para mejorar el funcionamiento y la experiencia del consumidor?	/		/		/		/		/		/		
ACCESIBILIDAD														
07	¿Usted cree que es idóneo la red de circulación interna (pasillo, corredores principales y secundarios) en los mercados de abastos como un articulador para una buena accesibilidad?	/		/		/		/		/		/		
08	¿Considera que los mercados de abastos deben contar con un adecuado entorno de circulación externa para mejorar su accesibilidad?	/		/		/		/		/		/		
09	¿Considera usted que la cantidad de ingresos promueva la accesibilidad en un mercado de abastos?	/		/		/		/		/		/		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): APLICABLE Aplicable después de corregir [] No aplicable []
 Opinión de aplicabilidad: Aplicable [x]
 Fecha: 28 de octubre del 2019
 Apellidos y nombres del juez evaluador: REYNALDO MA. VICENTE LLANUZA DNI: 06734425
 Especialidad del evaluador: DOCENTE DE PROFESOR DE INGENIERIA DE ALIMENTOS EXISTE EN DOCENCIA UNIVERSITARIA
CON PAGO X DE SU EDUCACION

[Firma]

- 1 Claridad : Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo
- 2 Pertinencia : Si el ítem pertenece a la dimensión.
- 3 Relevancia : El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

ANEXO 4
CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DE LOS INSTRUMENTOS

N°	DIMENSIONES / ITEMS	CLARIDAD ¹		PERTINENCIA ²		RELEVANCIA ³		SUGERENCIAS
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
	INFRAESTRUCTURA							
01	¿Usted considera que los mercados Abastos dispongan de las áreas o sectores apropiados para la distribución de los alimentos?	✓		✓		✓		
02	¿Considera usted que los servicios que brindan los mercados de abastos cuentan con una adecuada área de acondicionamiento para los productos alimenticios?	✓		✓		✓		
03	¿Cree usted que en los mercados de Abastos se han implementado adecuadamente las áreas de control y servicios (servicios médicos, servicios de seguridad, servicios higiénicos, servicios básicos) para una mejor atención al consumidor?	✓		✓		✓		
	DISEÑO DE ESPACIOS GASTRONOMICOS							
04	¿Cree usted que para los mercados de abastos se deba tener en cuenta el uso y la función de sus actividades para el diseño de los espacios gastronómicos?	✓		✓		✓		
05	¿Cree usted de que la forma de la organización de los espacios en los mercados de abastos ha permitido un adecuado desarrollo del establecimiento?	✓		✓		✓		
06	¿Cree usted que sea necesario la implementación de espacios flexibles (áreas de exposición gastronómica, áreas de usos múltiples) en el diseño de mercado de abastos para mejorar el funcionamiento y la experiencia del consumidor?	✓		✓		✓		
	ACCESIBILIDAD							
07	¿Usted cree que es idóneo la red de circulación interna (pasillo, corredores principales y secundarios) en los mercados de abastos como un articulador para una buena accesibilidad?	✓		✓		✓		
08	¿Considera que los mercados de abastos deben contar con un adecuado entorno de circulación externa para mejorar su accesibilidad?	✓		✓		✓		
09	¿Considera usted que la cantidad de ingresos promueva la accesibilidad en un mercado de abastos?	✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Hay suficiencia Aplicable No aplicable
 Opinión de aplicabilidad: Aplicable No aplicable
 Fecha: 28 de octubre del 2019
 Apellidos y nombres del juez evaluador: UTIA C. HILARIO S. FERRASO DE HELMICH DNI: 06102532
 Especialidad del evaluador: Arquitecto - Abasto y Alimentos

F. S.

- ¹ Claridad : Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo
- ² Pertinencia : Si el ítem pertenece a la dimensión.
- ³ Relevancia : El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

ANEXO 4
CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DE LOS INSTRUMENTOS

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: "TURISMO GASTRONOMICO"

Nº	DIMENSIONES / ITEMS	CLARIDAD ¹		PERTINENCIA ²		RELEVANCIA ³		SUGERENCIAS
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
	ATRACTIVO TURISTICO							
10	¿Usted considera que el turista ha aprendido a valorar la gastronomía gracias al impacto que han ocasionado las ferias turísticas gastronómicas?	✓		✓		✓		
11	¿Usted considera que el atractivo turístico de una zona se vea influenciada por el implemento de nuevas rutas gastronómicas?	✓		✓		✓		
12	¿Considera usted que la calidad de servicios para los comensales sea un factor atractivo y determinante para el desarrollo del turismo gastronómico?	✓		✓		✓		
	DEMANDA TURISTICA							
13	¿Considera usted que el turismo gastronómico se ha visto influenciado por los consumidores nacionales para el desarrollo de la demanda gastronómica?	✓		✓		✓		
14	¿Usted considera que la demanda turística extranjera adquiere un valor determinante en el crecimiento del turismo gastronómico?	✓		✓		✓		
15	¿Cree usted que la oferta turística de los productos culinarios en los últimos años ha sido la adecuada para desarrollo del turismo gastronómico?	✓		✓		✓		
	RECURSOS TURISTICOS							
16	¿Usted cree que los establecimientos de destino culinario (tiendas, locales, restaurantes) sea determinante para el fomento del turismo gastronómico como un recurso turístico?	✓		✓		✓		
17	¿Usted cree que la motivación colectiva (interés de los consumidores) sea un factor el cual incentiva a más turistas a conocer los diversos productos gastronómicos?	✓		✓		✓		
18	¿Considera usted que el entorno turístico sea el complemento adecuado para enriquecer los atractivos culinarios?	✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Hoy Suficiente
 Opinión de aplicabilidad: Aplicable [X] No aplicable []
 Fecha: 28 de octubre del 2019
 Apellidos y nombres del juez evaluador: UTIA QUEJINES, FERNANDA HELEN DNI: 0610253
 Especialidad del evaluador: Asesoría en Turismo

F-0

- ¹ Claridad : Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo
- ² Pertinencia : Si el ítem pertenece a la dimensión.
- ³ Relevancia : El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

Nota: Suficiencia, se dio suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

ANEXO 4
CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DE LOS INSTRUMENTOS

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: "TURISMO GASTRONOMICO"¹

Nº	DIMENSIONES / ITEMS	CLARIDAD ²		PERTINENCIA ³		RELEVANCIA ³		SUGERENCIAS
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
ATRACTIVO TURISTICO								
10	¿Usted considera que el turista ha aprendido a valorar la gastronomía gracias al impacto que han ocasionado las ferias turísticas gastronómicas?	✓		✓		✓		
11	¿Usted considera que el atractivo turístico de una zona se vea influenciada por el implemento de nuevas rutas gastronómicas?	✓		✓		✓		
12	¿Considera usted que la calidad de servicios para los comensales sea un factor atractivo y determinante para el desarrollo del turismo gastronómico?	✓		✓		✓		
DEMANDA TURISTICA								
13	¿Considera usted que el turismo gastronómico se ha visto influenciado por los consumidores nacionales para el desarrollo de la demanda gastronómica?	✓		✓		✓		
14	¿Usted considera que la demanda turística extranjera adquiere un valor determinante en el crecimiento del turismo gastronómico?	✓		✓		✓		
15	¿Cree usted que la oferta turística de los productos culinarios en los últimos años ha sido la adecuada para desarrollo del turismo gastronómico?	✓		✓		✓		
RECURSOS TURISTICOS								
16	¿Usted cree que los establecimientos de destino culinario (tiendas, locales, restaurantes) sea determinante para el fomento del turismo gastronómico como un recurso turístico?	✓		✓		✓		
17	¿Usted cree que la motivación colectiva (interés de los consumidores) sea un factor el cual incentiva a más turistas a conocer los diversos productos gastronómicos?	✓		✓		✓		
18	¿Considera usted que el entorno turístico sea el cumplimiento adecuado para enriquecer los atractivos culinarios?	✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Adecuada Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [X]

Fecha: 28 de octubre del 2019

Apellidos y nombres del juez evaluador: SAMUELA VIAL, XAN JOSE DNI: 0.851.893.7

Especialidad del evaluador: ANEXO GASTRONOMICO

- ¹ Claridad : Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo
- ² Pertinencia : Si el ítem pertenece a la dimensión.
- ³ Relevancia : El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

[Firma]

ANEXO 4
CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DE LOS INSTRUMENTOS

N°	DIMENSIONES / ITEMS	CLARIDAD ¹				PERTINENCIA ²				RELEVANCIA ³		SUGERENCIAS
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO			
	INFRAESTRUCTURA											
01	¿Usted considera que los mercados Abastos dispongan de las áreas o sectores apropiados para la distribución de los alimentos?	/		/		/		/				
02	¿Considera usted que los servicios que brindan los mercados de abastos cuentan con una adecuada área de acondicionamiento para los productos alimenticios?	/		/		/		/				
03	¿Cree usted que en los mercados de Abastos se han implementado adecuadamente las áreas de control y servicios (servicios, médicos, servicios de seguridad, servicios higiénicos, servicios básicos) para una mejor atención al consumidor?	/		/		/		/				
	DISEÑO DE ESPACIOS GASTRONOMICOS											
04	¿Cree usted que para los mercados de abastos se deba tener en cuenta el uso y la función de sus actividades para el diseño de los espacios gastronómicos?	/		/		/		/				
05	¿Cree usted de que la forma de la organización de los espacios en los mercados de abastos ha permitido un adecuado desarrollo del establecimiento?	/		/		/		/				
06	¿Cree usted que sea necesario la implementación de espacios flexibles (área de exposición gastronómica, áreas de usos múltiples) en el diseño de mercado de abastos para mejorar el funcionamiento y la experiencia del consumidor?	/		/		/		/				
	ACCESIBILIDAD											
07	¿Usted cree que es idóneo la red de circulación interna (pasillo, corredores principales y secundarios) en los mercados de abastos como un articulador para una buena accesibilidad?	/		/		/		/				
08	¿Considera que los mercados de abastos deben contar con un adecuado entorno de circulación externa para mejorar su accesibilidad?	/		/		/		/				
09	¿Considera usted que la cantidad de ingresos promueva la accesibilidad en un mercado de abastos?	/		/		/		/				

Observaciones (precisar si hay suficiencia): ACORDA Aplicable después de corregir [] No aplicable []
 Opinión de aplicabilidad: Aplicable [x]
 Fecha: 28 de octubre del 2019
 Apellidos y nombres del juez evaluador: SALINO LA VIDA JUAN JOSE DNI: 08.51.997.7
 Especialidad del evaluador: ALIMENTARIO ALIMENTARIO

[Firma]

• ¹ Claridad : Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo
 • ² Pertinencia : Si el ítem pertenece a la dimensión.
 • ³ Relevancia : El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Matriz De Consistencia De Mercados De Abastos Como Dinamizador Del Turismo Gastronómico En Lima Metropolitana, 2019

OBJETO DE ESTUDIO	PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPOTESIS GENERAL	VARIABLES	DIMENSIONES	SUB-DIMENSIONES	INDICADOR	MEDIDA	METODOLOGIA	TECNICAS E INSTRUMENTOS
MERCADO Nº 2 DE BARRANCO	¿DE QUE MANERA LOS MERCADOS DE ABASTOS CONTRIBUYEN EN EL CRECIMIENTO DEL TURISMO GASTRONOMICO EN LOS DISTRITOS DE LIMA METROPOLITANA, 2019?	DETERMINAR QUE ELEMENTOS DE LOS MERCADOS DE ABASTOS SIRVEN COMO DINAMIZADORES EN EL TURISMO GASTRONOMICO PARA MEJORAR LA EXPERIENCIA GASTRONOMICA DE LOS TURISTAS EN LOS DISTRITOS DE LIMA METROPOLITANA, 2019	LA INFRAESTRUCTURA, EL DISEÑO DE ESPACIOS GASTRONOMICO Y LA ACCESIBILIDAD SON LOS DINAMIZADORES DEL TURISMO GASTRONOMICO	MERCADOS DE ABASTOS	INFRAESTRUCTURA	SERVICIOS DE ABASTECIMIENTO ALIMENTARIO	SECTORES DE DISTRIBUCION ALIMENTARIO	# DE LOCALES DE DISTRIBUCION ALIMENTARIO	DISEÑO: NO EXPERIMENTAL TIPO: DESCRIPTIVO NIVEL: CORRELACIONAL	TÉCNICA: ENCUESTA INSTRUMENTO: CUESTIONARIO
						SERVICIO DE ACONDICIONAMIENTO ALIMENTARIO	SECTORES DE ALMACENAMIENTO	# DE ZONAS DE ALMACENAMIENTO		
						SERVICIOS COMPLEMENTARIOS Y AUXILIARES	SECTORES DE CONTROL Y SERVICIOS	# ESTABLECIMIENTO DE CONTROL Y SERVICIOS		
					DISEÑO DE ESPACIOS GASTRONOMICOS	DETERMINACION DE LA FUNCIONALIDAD	USO Y FUNCION	CANTIDAD DE ACTIVIDADES GASTRONOMICAS		
						ESPACIOS FISICOS	AREA DE COMERCIAL GASTRONOMICA	M2 DEL AREA DE COMERCIAL GASTRONOMICA		
						ESPACIOS FLEXIBLES	AREAS DE EXPOSICION GASTRONOMICA	M2 DEL AREA DE EXPOSICION		
					ACCESIBILIDAD	CIRCULACION INTERNA	AREA DE CIRCULACION INTERNA	DISTANCIA DEL AREA DE CIRCULACION INTERNA		
						CIRCULACION EXTERNA	AREA DE CIRCULACION EXTERNA	DISTANCIA DEL AREA DE CIRCULACION EXTERNA		
						ACCESOS	ACCESOS DE INGRESOS	CANTIDAD DE ACCESOS DE INGRESO		
	PROBLEMAS ESPECIFICOS	OBJETIVOS ESPECIFICOS	HIPOTESIS ESPECIFICOS	TURISMO GASTRONOMICO	ATRACTIVO TURISTICO	FERIAS GASTRONOMICAS	FERIAS GASTRONOMICAS CULINARIAS	# DE FERIAS Y GASTRONOMICAS		
	PR1. ¿DE QUE MANERA LA INFRAESTRUCTURA DE LOS MERCADOS DE ABASTOS INTERVIENEN EN FOMENTO DEL DINAMISMO DEL TURISMO GASTRONOMICO PARA MEJORAR LA EXPERIENCIA DE LOS TURISTAS EN LIMA METROPOLITANA, 2019?	OB1. ANALIZAR DE QUÉ MANERA LA INFRAESTRUCTURA DE LOS MERCADOS ABASTOS INTERVIENEN EN EL FOMENTO DEL DINAMISMO DEL TURISMO GASTRONOMICO PARA MEJORAR EXPERIENCIA DE LOS TURISTAS EN LIMA METROPOLITANA, 2019	H1. ES LA INFRAESTRUCTURA DE LOS MERCADOS DE ABASTOS POR MEDIO DE LOS SECTORES ABASTECIMIENTO ALIMENTARIO, SECTOR DE ALMACENAMIENTO Y SECTORES DE CONTROL Y SERVICIOS SON LOS QUE INTERVIENEN EN EL FOMENTO DEL DINAMISMO DEL TURISMO GASTRONOMICO PARA MEJORAR EXPERIENCIA DE LOS TURISTAS EN LIMA METROPOLITANA, 2019.	TURISMO GASTRONOMICO	ATRACTIVO TURISTICO	RUTAS TURISTICAS GASTRONOMICAS	CIRCUITOS GASTRONOMICOS	# DE CIRCUITOS Y RUTAS GASTRONOMICAS		
						RECURSOS COMPLEMENTARIOS	CALIDAD DE SERVICIO TURISTICO	% DE SATISFACCION DE LOS CONSESALES		
DEMANDA INTERNA						CONSUMIDORES NACIONALES	CANTIDAD DE CONSUMIDORES NACIONALES			
PR2. ¿DE QUE FORMA EL DISEÑO DE ESPACIOS GASTRONOMICO EN LOS MERCADOS DE ABASTOS CONTRIBUYE COMO DINAMIZADOR DEL TURISMO GASTRONOMICO EN LIMA METROPOLITANA, 2019?	OB2. ESTUDIAR DE QUE FORMA EL DISEÑO DEL ESPACIO GASTRONOMICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS CONTRIBUYE COMO DINAMIZADOR DEL TURISMO GASTRONOMICO EN LOS DISTRITOS DE LIMA METROPOLITANA, 2019.	H2. ES EL DISEÑO DE ESPACIOS GASTRONOMICO A TRAVES DEL USO Y FUNCION, AREA COMERCIAL GASTRONOMICA Y LAS AREA DE EXPOSICION DE LOS MERCADOS DE ABASTOS EL QUE CONTRIBUYE EN EL TURISMO GASTRONOMICO EN LOS DISTRITOS DE LIMA METROPOLITANA, 2019.	TURISMO GASTRONOMICO	DEMANDA TURISTICA	DEMANDA EXTERNA	CONSUMIDORES EXTRANJEROS	CANTIDAD DE CONSUMIDORES GASTRONOMICO EXTRANJEROS			
					OFERTA TURISTICA	VOLUMEN MAXIMO CONSUMIDORES	CANTIDAD MAXIMA DE PROYECCION DE CONSUMIDORES			
PR3. ¿DE QUE MANERA LA ACCESIBILIDAD DE LOS MERCADOS DE ABASTOS PUEDE INFLUIR EN LA DINAMIZACION DEL TURISMO GASTRONOMICO EN LOS DISTRITOS DE LIMA METROPOLITANA, 2019?	OB3. DETERMINAR DE QUE MANERA LA ACCESIBILIDAD DE LOS MERCADOS DE ABASTOS INFLUYE EN EL DINAMISMO DEL TURISMO GASTRONOMICO EN LOS DISTRITOS DE LIMA METROPOLITANA, 2019.	H3. ES LA ACCESIBILIDAD DE LOS MERCADOS DE ABASTOS POR MEDIO DE LA LOS RECORRIDOS INTERNOS, RECORRIDOS EXTERNOS, Y ACCESOS DE INGRESOS SON LOS QUE INFLUYEN EN EL DINAMISMO DEL TURISMO GASTRONOMICO EN LOS DISTRITOS DE LIMA METROPOLITANA, 2019	TURISMO GASTRONOMICO	RECURSO TURISTICO	DESTINO TURISCO	ESTABLECIMIENTOS GASTRONOMICO Y CULINARIOS	NUMERO DE ESTABLECIMIENTOS GASTRONOMICOS			
					FACTORES HUMANOS	MOTIVACION COLECTIVA	% DE INTERESES DE LOS CONSUMIDORES			
					FACTORES NATURAL	ENTORNO TURISTICO	# DE ATRACTIVOS TURISTICOS			

FICHA DE PORCENTAJE DE TURNITIN

ev.turnitin.com/app/carta/es/?o=1987104677&s=3&lang=es&u=1100747610

Katteryn Irina Espinoza Sandoval | mercado de abastos como dinamizador del turis... /null < > ?



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE INGENIERIA Y ARQUITECTURA
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE
ARQUITECTURA

Mercado de Abastos como dinamizador del Turismo Gastronómico en
Lima Metropolitana, 2020
Caso: Mercado Nro.2, Barranco
"Centro Gastronómico Cultural en el distrito de
Barranco"

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Arquitecto(a)

AUTOR(ES):
ESPINOZA SANDOVAL, KATTERYN IRINA (ORCID: 0000-0003-3538-887X)
VILLAR LUZA, JULIO CESAR (ORCID: 0000-0002-5879-4718)

ASESORES:
Dra. Isis Bustamante Dueñas (ORCID: 0000-0001-6155-1429)
Arq. Jorge Luis Vergel Polo (ORCID 0000-0002-0881-5410)

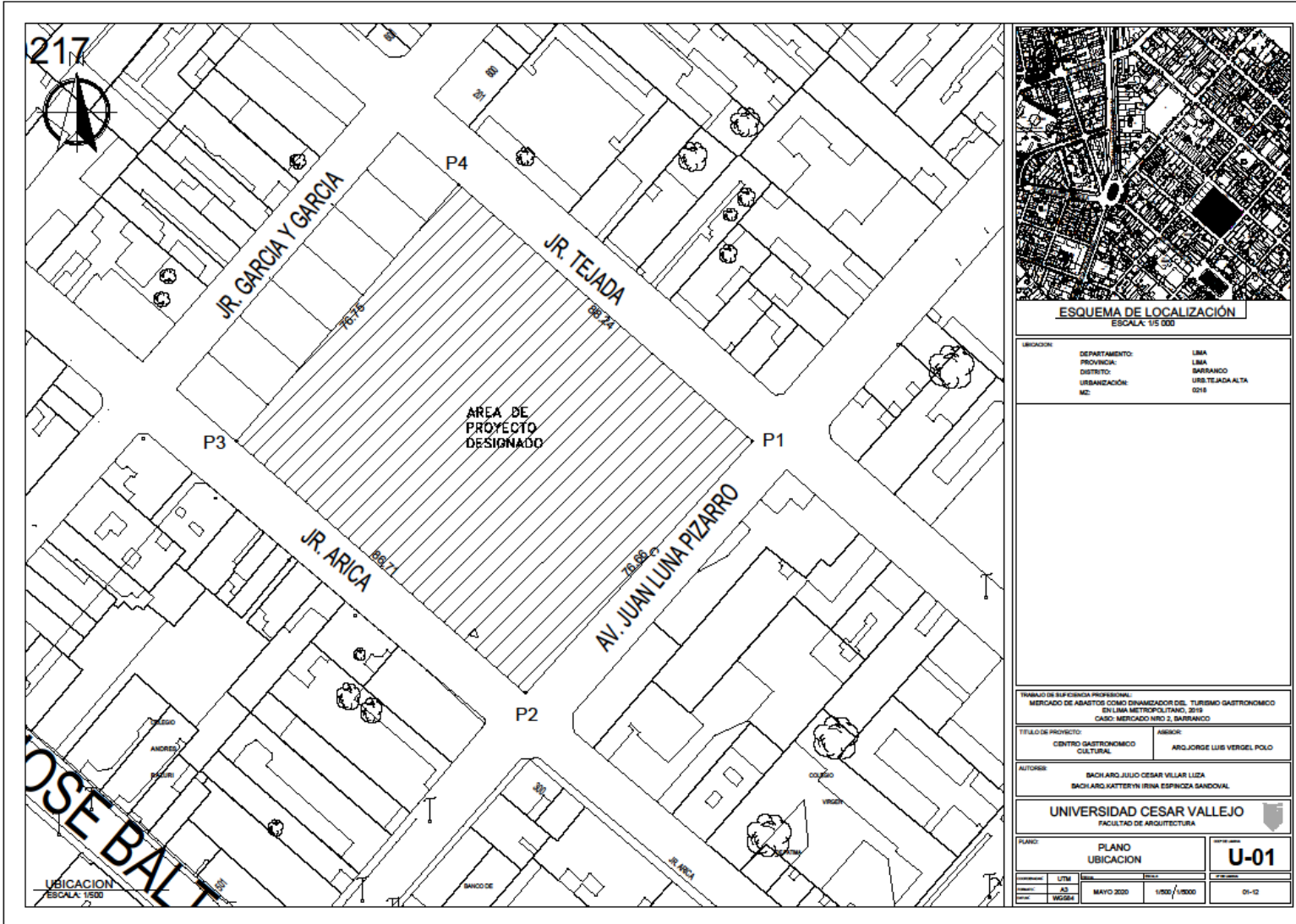


LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:
ARQUITECTURA



ANTEPROYECTO PLANTEAMIENTO INTEGRAL

Plano de ubicación y localización (Norma GE. 020 artículo 8)



ESQUEMA DE LOCALIZACIÓN
ESCALA: 1/5 000

UBICACION:
DEPARTAMENTO: LIMA
PROVINCIA: LIMA
DISTRITO: BARRANCO
URBANIZACION: URS TEJADA ALTA
MZ: 0218

TITULAR DE SERVICIO PROFESIONAL:
MERCADO DE ABASTOS COMO DINAMIZADOR DEL TURISMO GASTRONOMICO
EN LIMA METROPOLITANA, 2019
CASO: MERCADO NRO 2, BARRANCO

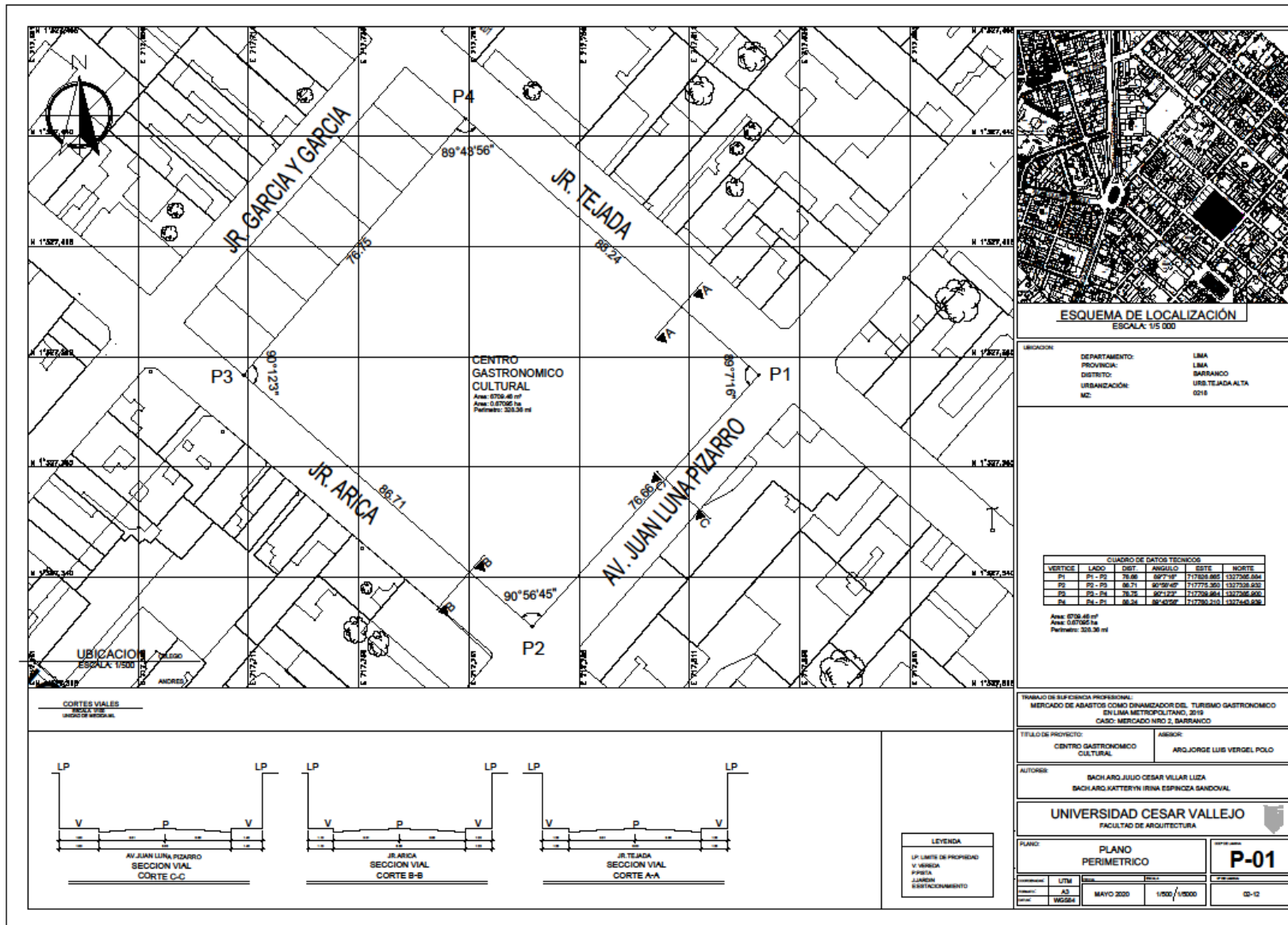
TITULO DE PROYECTO: CENTRO GASTRONOMICO CULTURAL
AUTOR: ARG. JORGE LUIS VERGEL POLO

AUTORES:
BACH. ARG. JULIO CESAR VILLAR LUIZA
BACH. ARG. KATHERIN IRINA ESPINOZA SANDOVAL

UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO
FACULTAD DE ARQUITECTURA

PLANO		UBICACION		U-01	
UTM	WGS84	AD	MAYO 2020	1/500 / 1/5000	01-02

Plano perimétrico



Plan Maestro

CENTRO GASTRONOMICO CULTURAL MASTER PLAN

MASTER PLAN BARRANCO - COMERCIO Y MERCADOS

ANALISIS DISTRICTAL

BASE GRAFICA DE MERCADOS DE ABASTOS



M.A-01

MERCADO SAN MARTIN DE PORRES

UBICACION	LINEA LIMA - BARRANCO
CORFORENA Nº1 179	1 / ESTADIA - DISTRITO
TPO	ABASTO
ÁREAS SUPLENTE	300
PUESTOS	300
SERVICIOS POR RECIBIR	10
ALCANTARILLADO ELECTRICO	30
ALCANTARILLADO DE AGUA	30
ALCANTARILLADO	30
CONTINGENCIA DE RESERVA	40



M.A-02

MERCADO Nº2

UBICACION	LINEA LIMA - BARRANCO
CORFORENA Nº1 179	1 / ESTADIA - DISTRITO
TPO	ABASTO
ÁREAS SUPLENTE	300
PUESTOS	300
SERVICIOS POR RECIBIR	10
ALCANTARILLADO ELECTRICO	30
ALCANTARILLADO DE AGUA	30
ALCANTARILLADO	30
CONTINGENCIA DE RESERVA	40



M.A-03

MERCADO EL CAPULLO

UBICACION	LINEA LIMA - BARRANCO
CORFORENA Nº1 179	1 / ESTADIA - DISTRITO
TPO	ABASTO
ÁREAS SUPLENTE	300
PUESTOS	300
SERVICIOS POR RECIBIR	10
ALCANTARILLADO ELECTRICO	30
ALCANTARILLADO DE AGUA	30
ALCANTARILLADO	30
CONTINGENCIA DE RESERVA	40

FUENTE

TODA INFORMACION ENTREGADA EN ESTE MAPA ORIGINA DE ANALISIS DE LOS MERCADOS DE ABASTO ESTO VALIDA EN EL ANALISIS ELABORADO POR LA UNP S.A. SU USUARIO DE BUENOS DIAS. DATOS DEL INICIALES INVENTARIO "CONEXION NACIONAL DE MERCADOS DE ABASTO 2017"

LEYENDA SIMBOLOGICA

[Color]	[Simbolo]	[Descripción]
[Color]	[Simbolo]	[Descripción]
[Color]	[Simbolo]	[Descripción]
[Color]	[Simbolo]	[Descripción]
[Color]	[Simbolo]	[Descripción]
[Color]	[Simbolo]	[Descripción]
[Color]	[Simbolo]	[Descripción]
[Color]	[Simbolo]	[Descripción]
[Color]	[Simbolo]	[Descripción]
[Color]	[Simbolo]	[Descripción]
[Color]	[Simbolo]	[Descripción]
[Color]	[Simbolo]	[Descripción]
[Color]	[Simbolo]	[Descripción]
[Color]	[Simbolo]	[Descripción]



INTEGRACION DE RED TURISTICA

CRUZADA

1.5 KM

ACTIVIDAD COMERCIAL LIGADAS A LA GASTRONOMIA

324 PICANTERIAS Y RESTAURANTES

LOCALIZACION

PROVINCIA: LIMA

DEPARTAMENTO: LIMA

DISTRITO: BARRANCO

INSTITUCION: FACULTAD DE ARQUITECTURA LIMA NOROCCIDENTAL

PROYECTO DE INVESTIGACION: ANÁLISIS URBANO DEL DISTRITO DE BARRANCO

TITULO: COMERCIO

ASPECTO: BARRANCO

ESTADANTE: VILLAN LARA JULIO CESAR, KATZBERG BONA ESPINOZA SANDOVAL

ESCALA: 1/15000

TOMO: A1

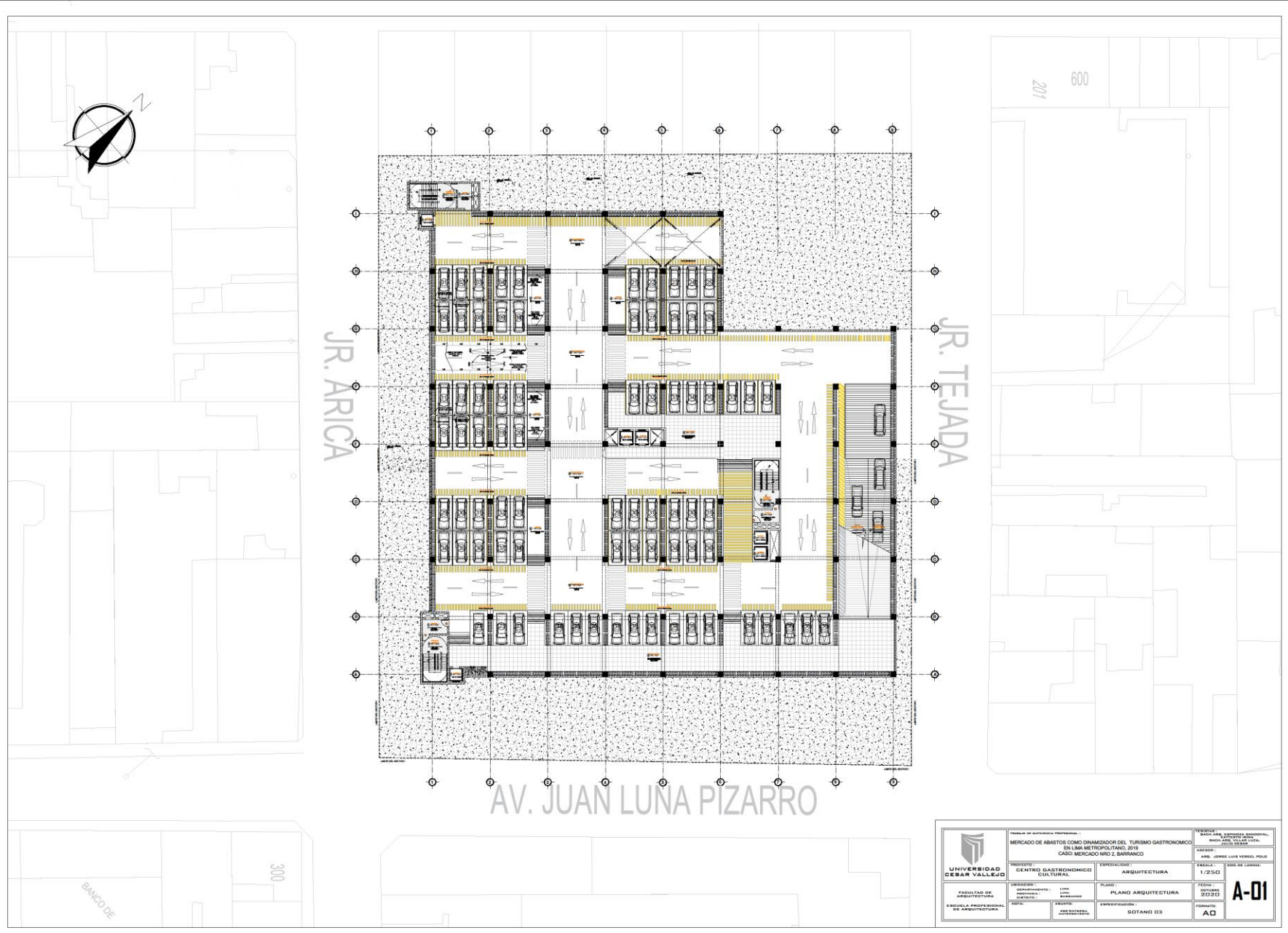
LIBRO: C-01

Plot Plan



ANTEPROYECTO ARQUITECTÓNICO

Planos de distribución por sectores y niveles.



 UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO	TÍTULO DE BACHILLER EN INGENIERÍA EN ARQUITECTURA		TÍTULO DE BACHILLER EN INGENIERÍA EN ARQUITECTURA		
	MERCADO DE ABASTOS COMO DINAMIZADOR DEL TURISMO GASTRONÓMICO EN LIMA METROPOLITANA 2018 CASO MERCADO NRO 2 BARRANCO		MERCADO DE ABASTOS COMO DINAMIZADOR DEL TURISMO GASTRONÓMICO EN LIMA METROPOLITANA 2018 CASO MERCADO NRO 2 BARRANCO		
PROYECTO: CENTRO GASTRONÓMICO CULTURAL		ESPECIALIDAD: ARQUITECTURA		ESCALA: 1/250	
DESIGNADO: LIMA		PLANO: PLANO ARQUITECTURA		FECHA: OTUBRE 2023	
AUTOR: ARQUITECTA		EXEQUICION: ESTUDIO 03		FORMATO: A0	
ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA		AUTOR: ARQUITECTA		AUTOR: ARQUITECTA	

A-01



JR. ARICA

JR. TEJADA


AV. JUAN LUNA PIZARRO



600
201

300

BANCO DE

 UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO	<small>TÍTULO DE EFICIENCIA PROFESIONAL</small> MERCADO DE ABASTOS COMO DINAMIZADOR DEL TURISMO GASTRONÓMICO EN LIMA METROPOLITANA 2019 CASO: MERCADO NRO 2, BARRANCO		<small>TÍTULO</small> PROYECTO DE ABASTOS COMO DINAMIZADOR DEL TURISMO GASTRONÓMICO EN LIMA METROPOLITANA 2019 CASO: MERCADO NRO 2, BARRANCO	
	<small>PROYECTO</small> CENTRO GASTRONÓMICO CULTURAL	<small>ESPECIALIDAD</small> ARQUITECTURA	<small>ESCALA:</small> 1/250	<small>COD. DE LÁMINA</small> A-02
<small>FACULTAD DE ARQUITECTURA</small> <small>ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA</small>	<small>UBICACIÓN</small> <small>DEPARTAMENTO:</small> LIMA <small>PROVINCIA:</small> LIMA <small>DISTRITO:</small> BARRANCO	<small>PLANO:</small> PLANO ARQUITECTURA	<small>FECHA</small> SEPTIEMBRE 2020	
<small>FECHA:</small> <small>PROYECTADO POR:</small>	<small>ASISTENTE:</small> <small>PROYECTADO POR:</small>	<small>ESPECIFICACION:</small> SOTANO 02	<small>FORMATO:</small> A0	



JR. ARICA

JR. TEJADA

AV. JUAN LUNA PIZARRO

600
201

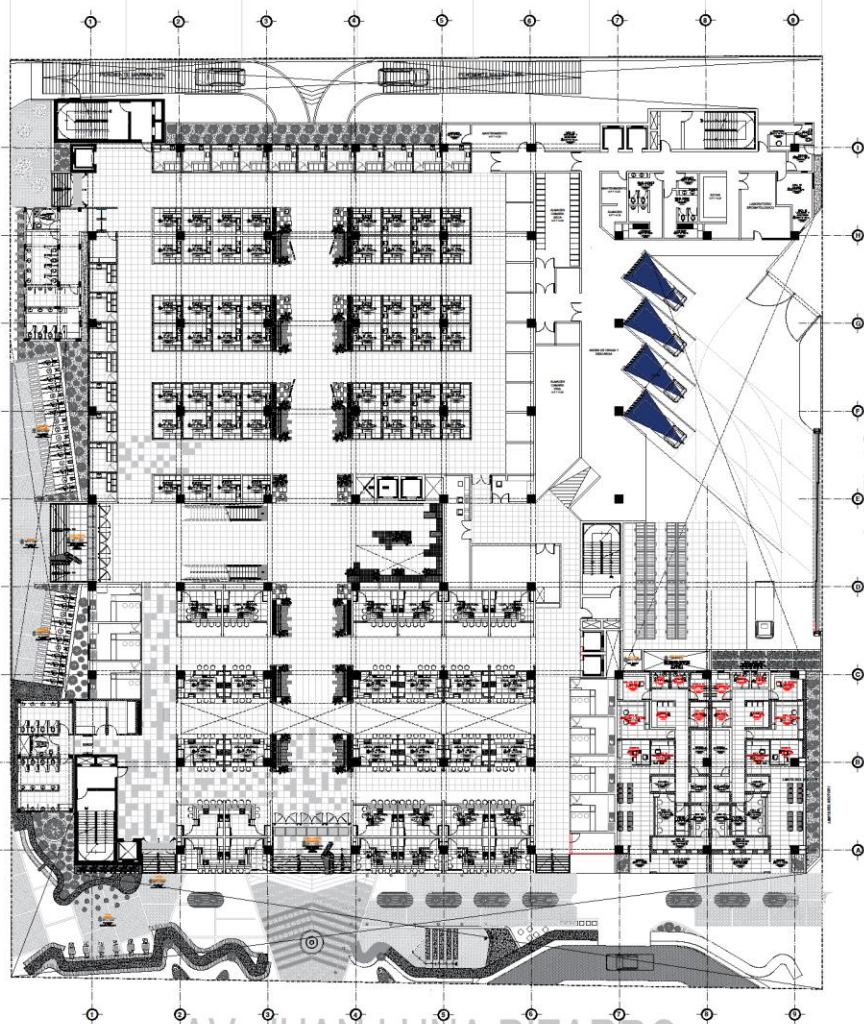
300

BANCO DE

 UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO	<small>TRABAJO DE EFICIENCIA PROFESIONAL</small> MERCADO DE ABASTOS COMO DINAMIZADOR DEL TURISMO GASTRONÓMICO EN LIMA METROPOLITANA, 2019 CASO: MERCADO NRO 2, BARRANCO		<small>TÍTULO</small> PLAN DE ABASTO, SERVICIO SANITARIO, MANTENIMIENTO Y SEGURIDAD <small>PROFESOR</small> ANDRÉS JORGE LUIS VERAVAL PÉREZ	
	<small>PROYECTO</small> CENTRO GASTRONÓMICO CULTURAL	<small>ESPECIALIDAD</small> ARQUITECTURA	<small>ESCALA</small> 1/250	<small>COD DE LÁMINA</small> A-03
<small>FACULTAD DE ARQUITECTURA</small> <small>ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA</small>	<small>DISEÑADOR</small> LINA ARAUJO	<small>PLANO</small> PLANO ARQUITECTURA	<small>FECHA</small> OCTUBRE 2020	
<small>NOTA</small>	<small>ALUMNO</small> JOSÉ SUTERA	<small>ESPECIFICACION</small> GOTANO D1	<small>FORMATO</small> A0	



JR. ARICA



JR. TEJADA

AV. JUAN LUNA PIZARRO

 UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO	<small>TÍTULO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL:</small> MERCADO DE ABASTOS COMO DINAMIZADOR DEL TURISMO GASTRONÓMICO EN LIMA METROPOLITANA, 2019 CASO: MERCADO NRO 2, BARRANCO		<small>TÍTULO:</small> PLAN DE SERVICIO SANITARIO <small>PROYECTO:</small> MARKET PLACE SULLAS LOCAL <small>PROYECTO:</small> JOSÉ DELA CRUZ	
	<small>PROYECTO:</small> CENTRO GASTRONÓMICO CULTURAL	<small>ESPECIALIDAD:</small> ARQUITECTURA	<small>ESCALA:</small> 1/250	<small>COD DE LÁMINA:</small> A-04
<small>FACULTAD DE:</small> ARQUITECTURA <small>ESCUELA PROFESIONAL DE:</small> ARQUITECTURA	<small>DISEÑADOR:</small> LINA <small>DEPARTAMENTO:</small> LINEA <small>SISTEMA:</small> ARRABANCO	<small>PLANO:</small> PLANO ARQUITECTURA	<small>FECHA:</small> NOVIEMBRE 2020	
<small>NOTA:</small>	<small>ASISTENTE:</small> JOSÉ SUTERA <small>ADSCRIPCIÓN:</small> ADSCRIPCIÓN	<small>RESPONSABILIDAD:</small> PRIMERA PLANTA	<small>FORMATO:</small> A0	

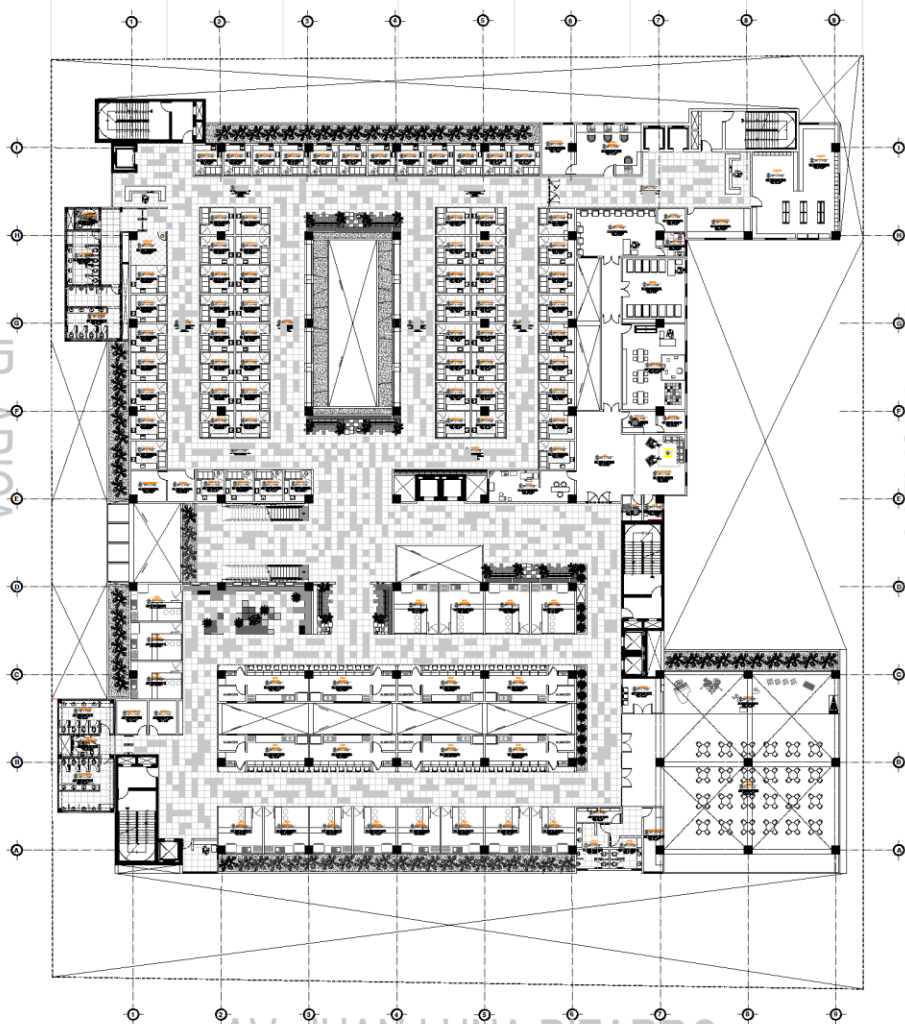
BANCO DE

300

600
201



JR. ARICA



AV. JUAN LUNA PIZARRO

JR. TEJADA

201
600

BANCO DE

300

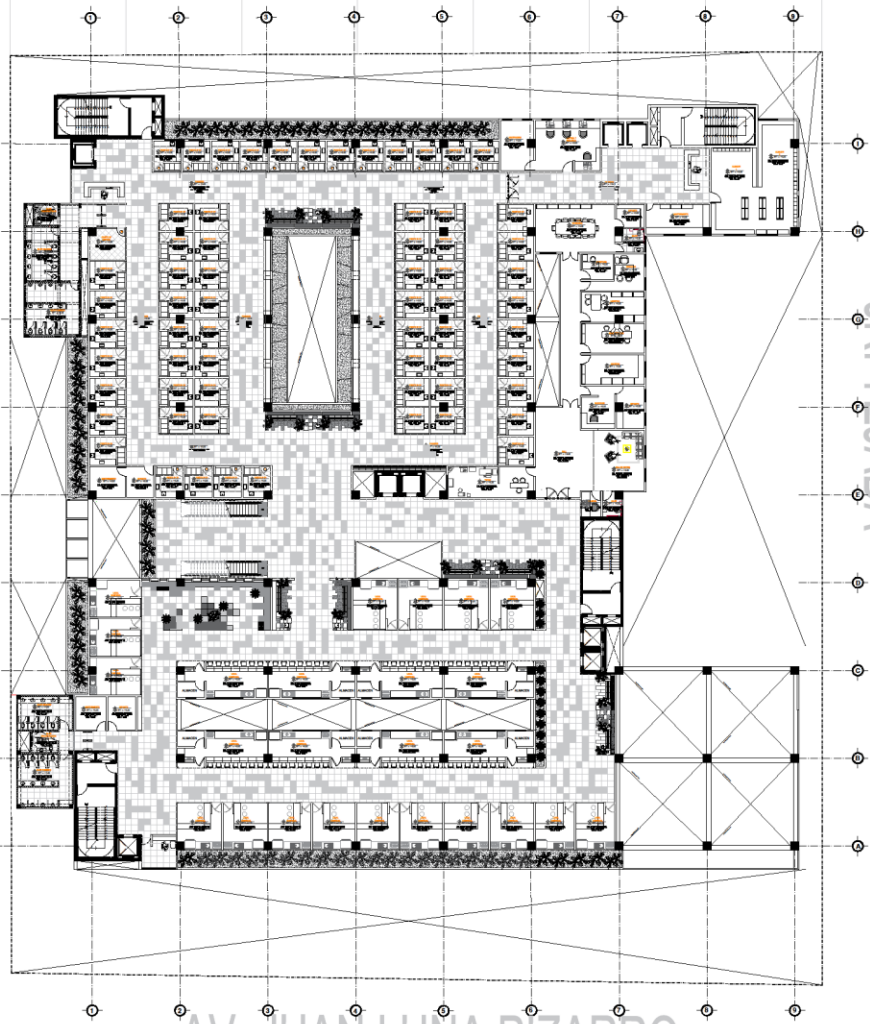
 UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO	TRABAJO DE INGENIERIA PROFESIONAL: MERCADO DE ABASTOS COMO DINAMIZADOR DEL TURISMO GASTRONOMICO EN LIMA METROPOLITANA, 2019 CASO: MERCADO NRO 2, BARRANCO		TITULO: INGENIERO EN ARQUITECTURA	
	PROYECTO: CENTRO GASTRONOMICO CULTURAL		ESPECIALIDAD: ARQUITECTURA	
FACULTAD DE ARQUITECTURA		DESARROLLADO POR: LINA ARRANCO	PLANO: PLANO ARQUITECTURA	FECHA: NOVIEMBRE 2020
ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA		NOTA: AD	ESPECIALIZACION: SEGUNDA PLANTA	ODD DE LAMINA: A-05



JR. ARICA

JR. TEJADA

AV. JUAN LUNA PIZARRO



600
201

300

BANCO DE

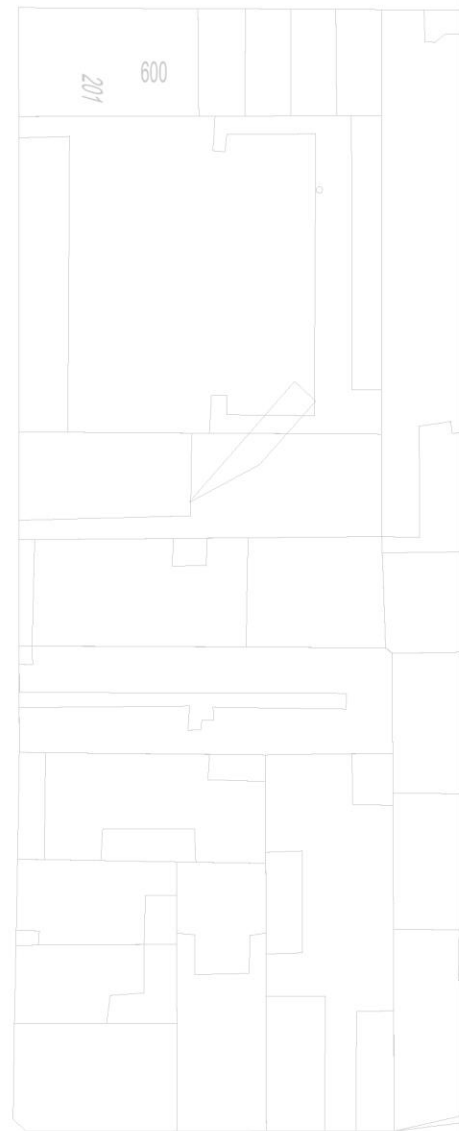
 UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO FACULTAD DE ARQUITECTURA ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA	TÍTULO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL: MERCADO DE ABASTOS COMO DINAMIZADOR DEL TURISMO GASTRONÓMICO EN LIMA METROPOLITANA, 2019 CASO: MERCADO NRO 2, BARRANCO		TÍTULO: PLAN AG. EMPRESA GASTRONÓMICA MARCA: PLAN LOCAL AUTOR: ANDRÉS JORGE LUIS VERAVAL POLO	
	PROYECTO: CENTRO GASTRONÓMICO CULTURAL	ESPECIALIDAD: ARQUITECTURA	ESCALA: 1/250	CDS DE LÁMINA: A-06
DISEÑADOR: DESARROLLO: DISEÑO: AUTORES:	LUIS ANDRÉS JORGE LUIS VERAVAL POLO	PLANO: PLANO ARQUITECTURA	FECHA: NOVIEMBRE 2020	
NOTA: AUTORIZADO: APROBADO:	JORGE LUIS VERAVAL POLO ADMINISTRADOR	REPRESENTACIÓN: TERCERA PLANTA	FORMATO: A0	



JR. ARICA

JR. TEJADA

AV. JUAN LUNA PIZARRO



 UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO FACULTAD DE ARQUITECTURA ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA	TÍTULO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL: MERCADO DE ABASTOS COMO DINAMIZADOR DEL TURISMO GASTRONÓMICO EN LIMA METROPOLITANA, 2019 CASO: MERCADO NRO 2, BARRANCO		TÍTULO: PLAN AG. SERVICIO SANITARIO PLAN AG. SERVICIO SANITARIO PLAN AG. SERVICIO SANITARIO PLAN AG. SERVICIO SANITARIO	
	PROYECTO: CENTRO GASTRONÓMICO CULTURAL	ESPECIALIDAD: ARQUITECTURA	ESCALA: 1/250	COD DE LAMINA: A-07
DISEÑADOR: DESARROLLO: DISEÑO: DISEÑO:	LINA ANA ANA	PLANO: PLANO ARQUITECTURA	FECHA: NOVIEMBRE 2020	
NOTA: ANA	ADJUNTO: ANA	REPRESENTACIÓN: CUARTA PLANTA	FORMATO: A0	

BANCO DE

300

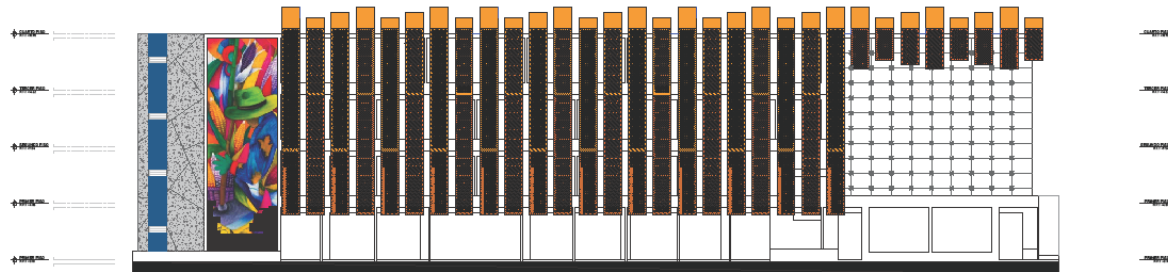
600

201

Plano de elevaciones



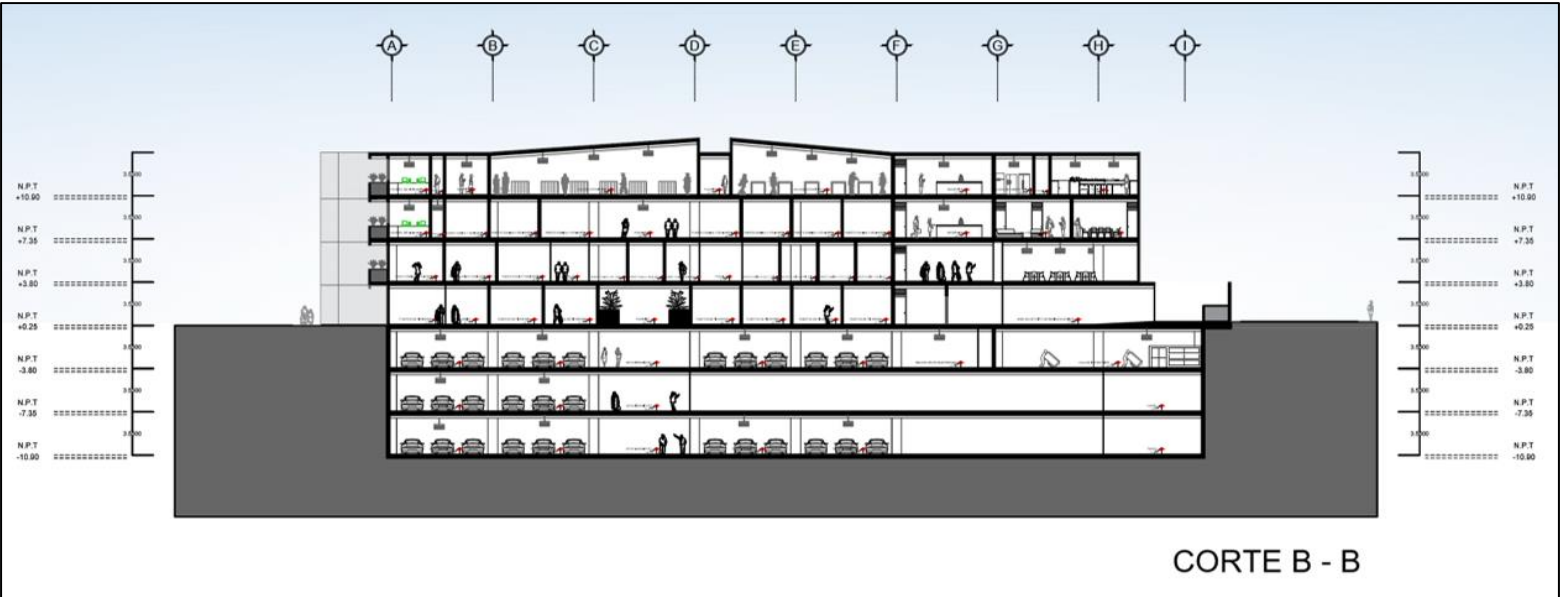
ELEVACION POSTERIOR
(VIA DE SERVICIO A ESTACIONAMIENTO)



ELEVACION FRONTAL
(AV. LUNA PIZARRO)

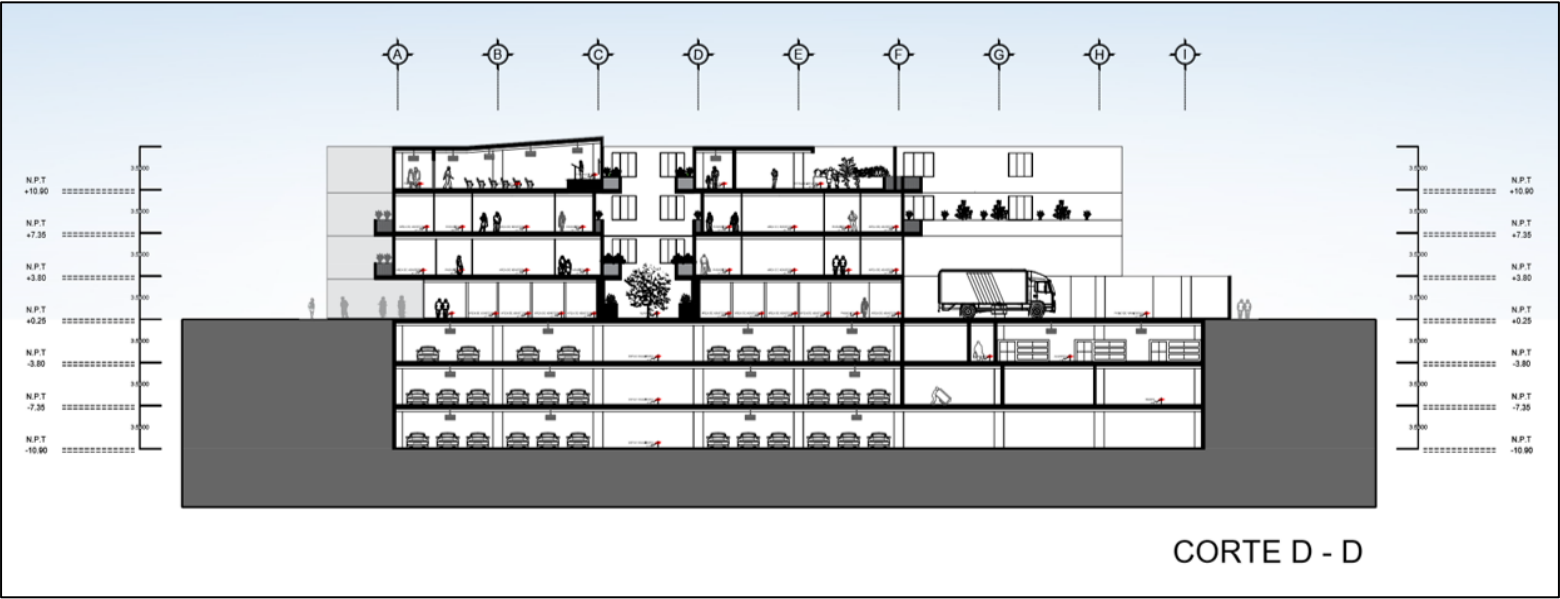
 UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO	NOMBRE DE OBRERA PATRONAL: MERCADO DE ABASTOS COMO DINAMIZADOR DEL TURISMO GASTRONOMICO EN LIMA METROPOLITANA 2019 CASO: MERCADO NO. 2 SENSINCO	NOMBRE DE OBRERA PATRONAL: FACULTAD DE INGENIERIA ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERIA EN SISTEMAS DE INFORMATICA	ASESOR: DR. JORGE LUIS VERDE-ROLDAN
	TITULO: CENTRO GASTRONOMICO CULTURAL	ESPECIALIDAD: ARQUITECTURA	SEMESTRE: V (2020)
FACULTAD DE: INGENIERIA	PLAN DE: ELEVACIONES	ESCALA: 1/500	FECHA DE ENTREGA: 2020
TITULO: PROYECTO	ESPECIALIDAD: PRIMER PLANTA	ESCALA: A 1	IDENTIFICACION: A-13

Plano de cortes

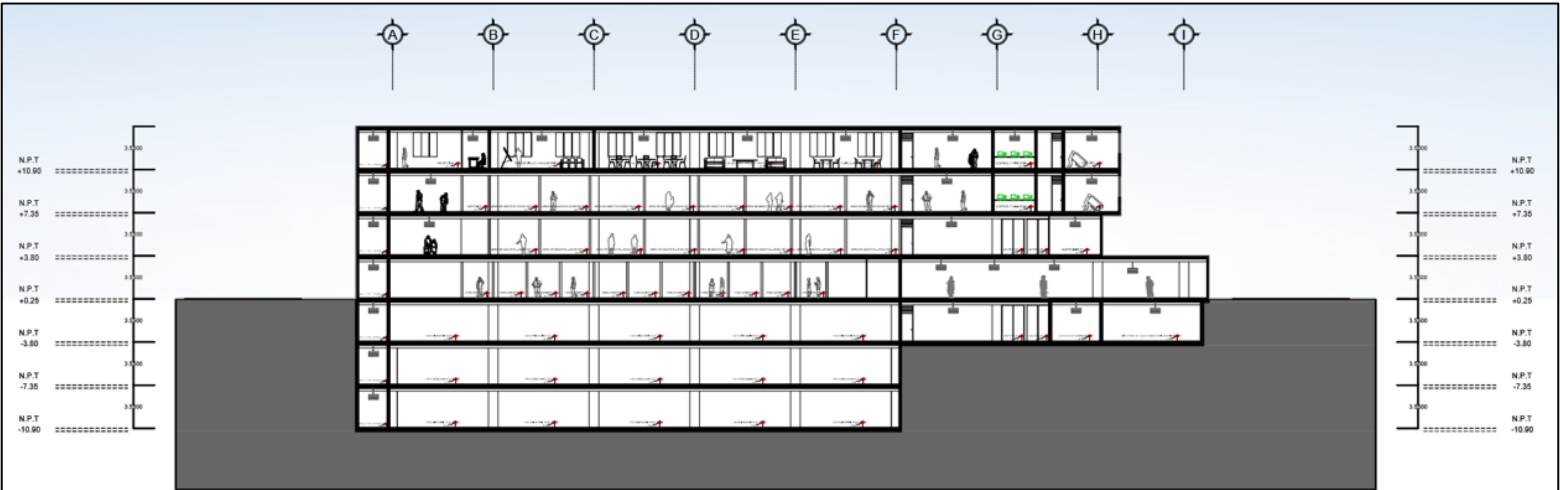




CORTE C - C

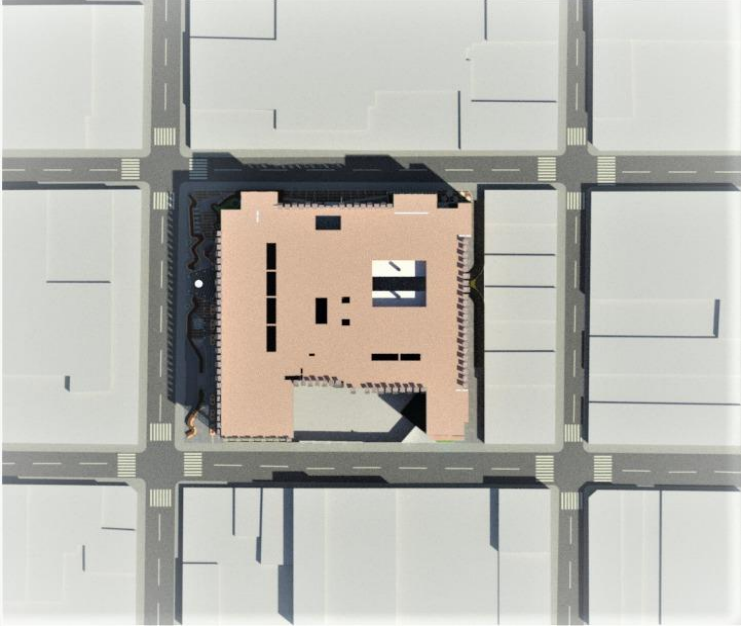


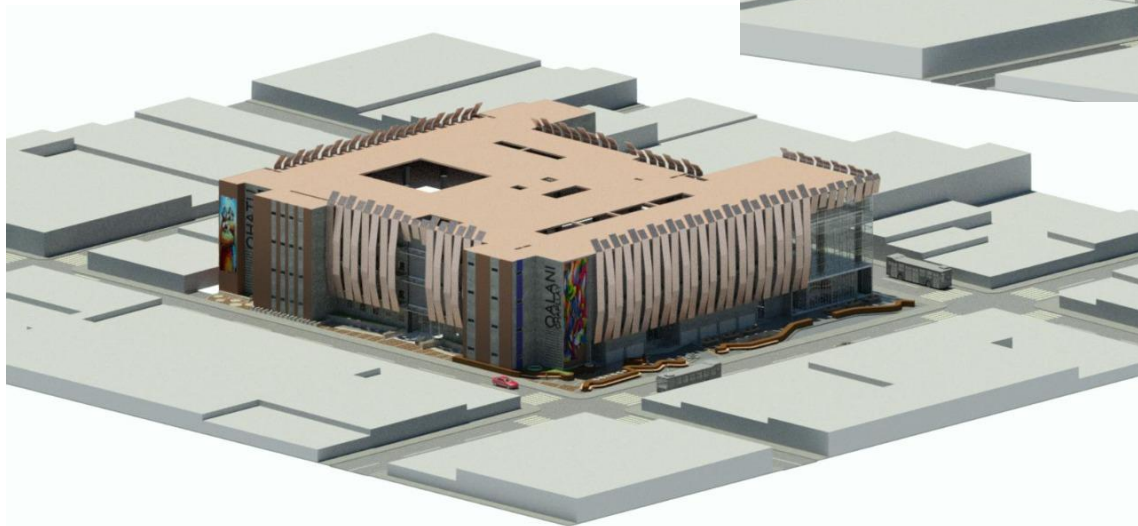
CORTE D - D



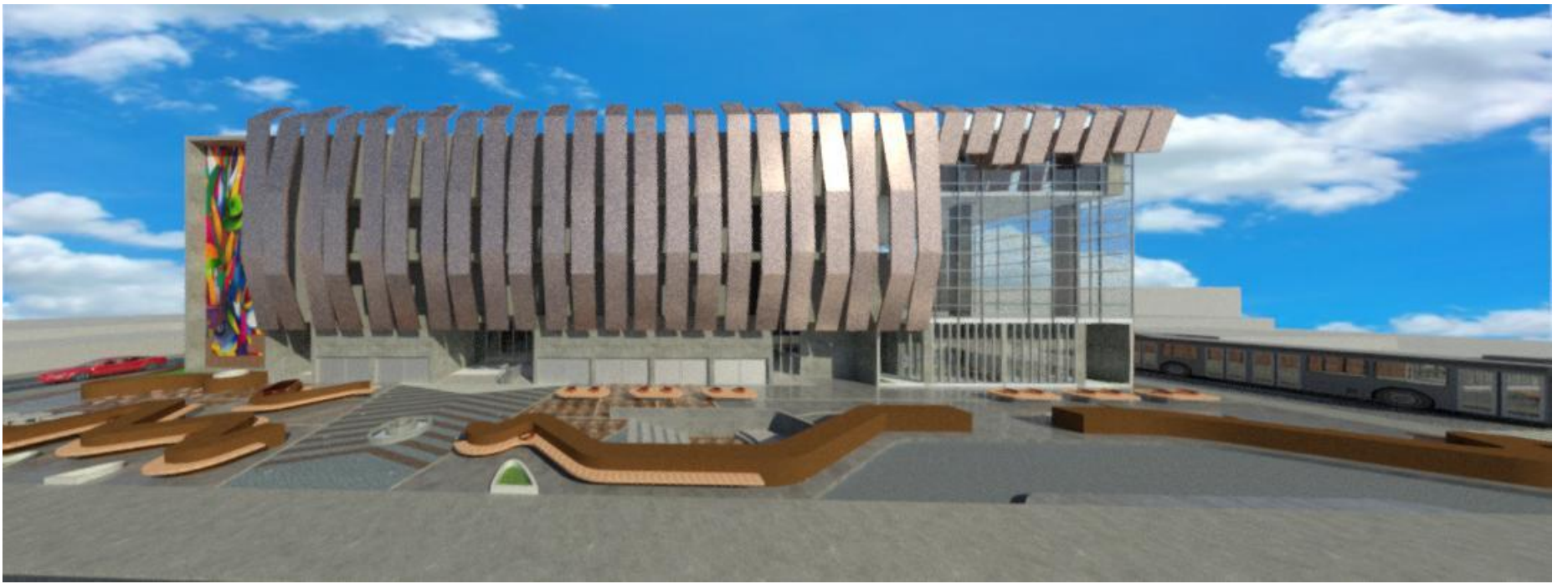
CORTE E - E

Vistas 3D - Esquemas tridimensionales







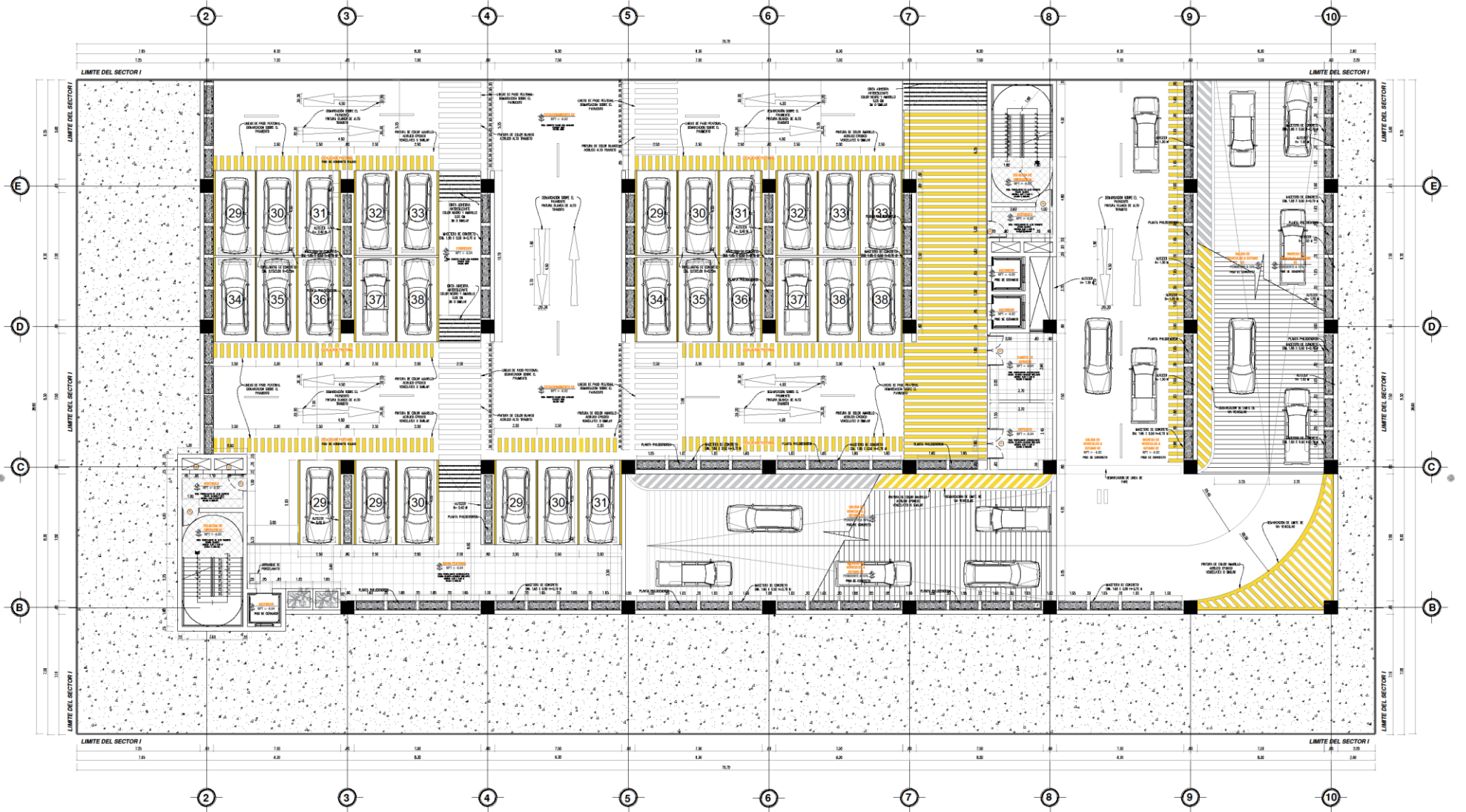


PROYECTO

PROYECTO ARQUITECTÓNICO

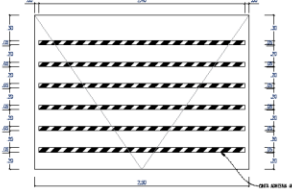
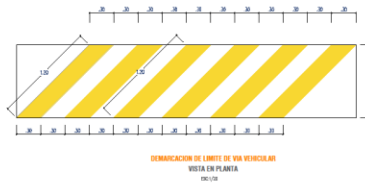
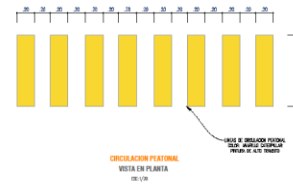
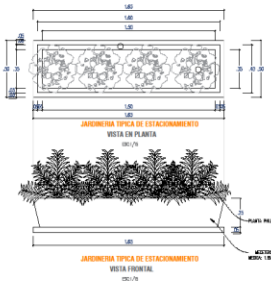
Planos de distribución del sector por niveles – SECTOR 1



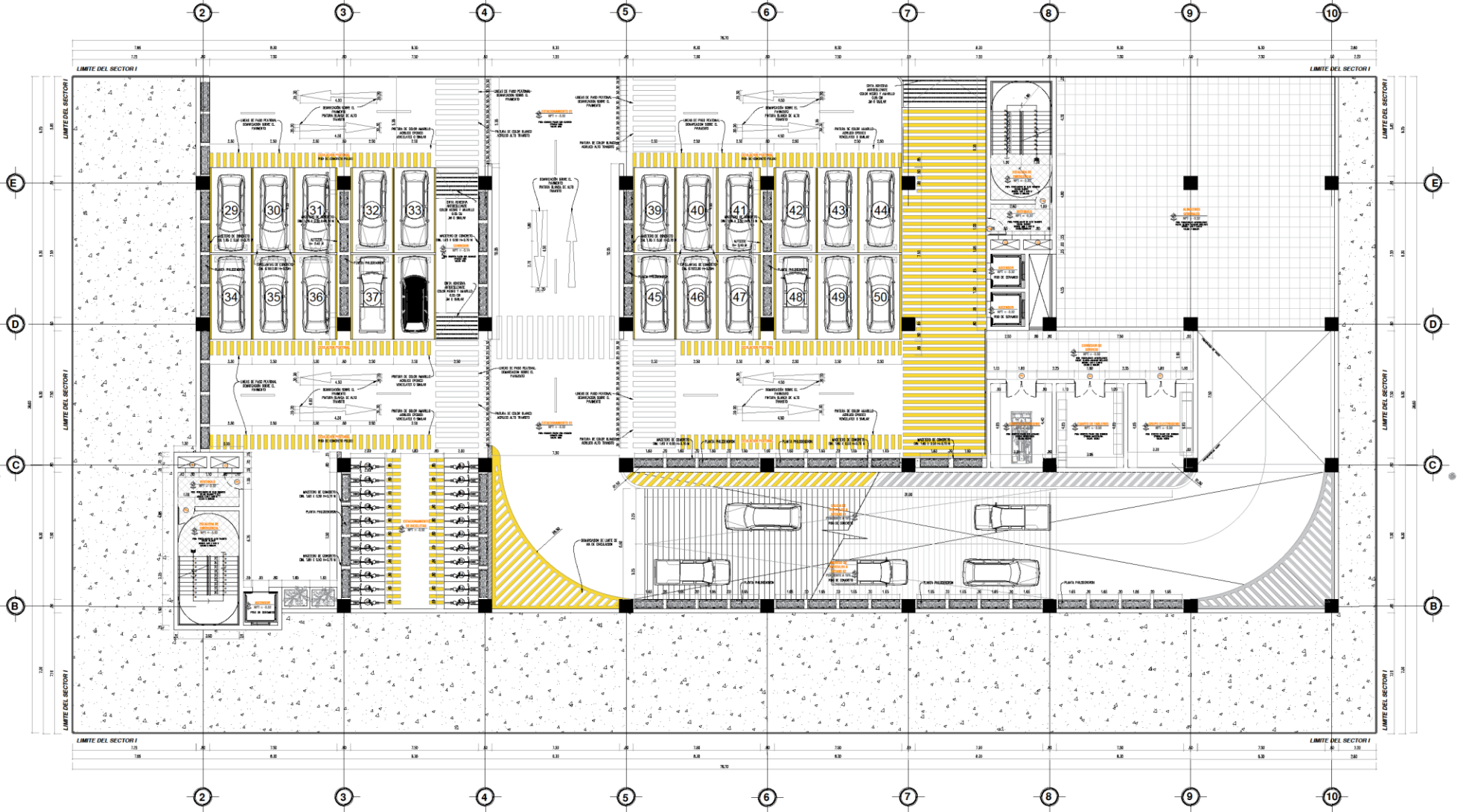


SECTOR I

PROYECTO DE ARQUITECTURA
 PLANO SOTANO 2
 ESC 1/75

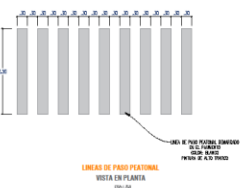
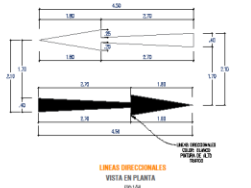
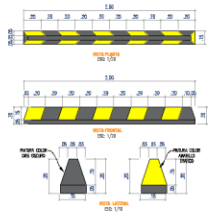
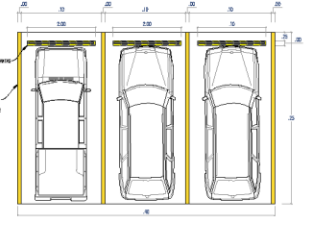


<p>UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO</p>	<p>TÍTULO DE PROYECTO INVESTIGACIÓN:</p> <p>MERCADO DE ABASTOS COMO DINAMIZADOR DEL TURISMO GASTRONÓMICO EN LIMA METROPOLITANA, S.O.9</p>		<p>PROYECTO:</p> <p>ARQUITECTURA</p>	
	<p>TÍTULO DE PROYECTO ARQUITECTÓNICO:</p> <p>CENTRO GASTRONÓMICO CULTURAL</p>		<p>PLANO:</p> <p>PLANO DE ARQUITECTURA</p>	
	<p>FACULTAD DE ARQUITECTURA</p> <p>ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA</p>		<p>DEPARTAMENTO:</p> <p>LIMA</p>	<p>ESPECIALIDAD:</p> <p>REGÍSTRONOTANOS</p>
	<p>DISTRITO:</p> <p>BARAHONA</p>		<p>PROYECTO:</p> <p>REGÍSTRONOTANOS</p>	<p>PROYECTO:</p> <p>REGÍSTRONOTANOS</p>
<p>SECTOR I</p>	<p>PROYECTO:</p> <p>REGÍSTRONOTANOS</p>		<p>PROYECTO:</p> <p>REGÍSTRONOTANOS</p>	
	<p>PROYECTO:</p> <p>REGÍSTRONOTANOS</p>		<p>PROYECTO:</p> <p>REGÍSTRONOTANOS</p>	
	<p>PROYECTO:</p> <p>REGÍSTRONOTANOS</p>		<p>PROYECTO:</p> <p>REGÍSTRONOTANOS</p>	
	<p>PROYECTO:</p> <p>REGÍSTRONOTANOS</p>		<p>PROYECTO:</p> <p>REGÍSTRONOTANOS</p>	

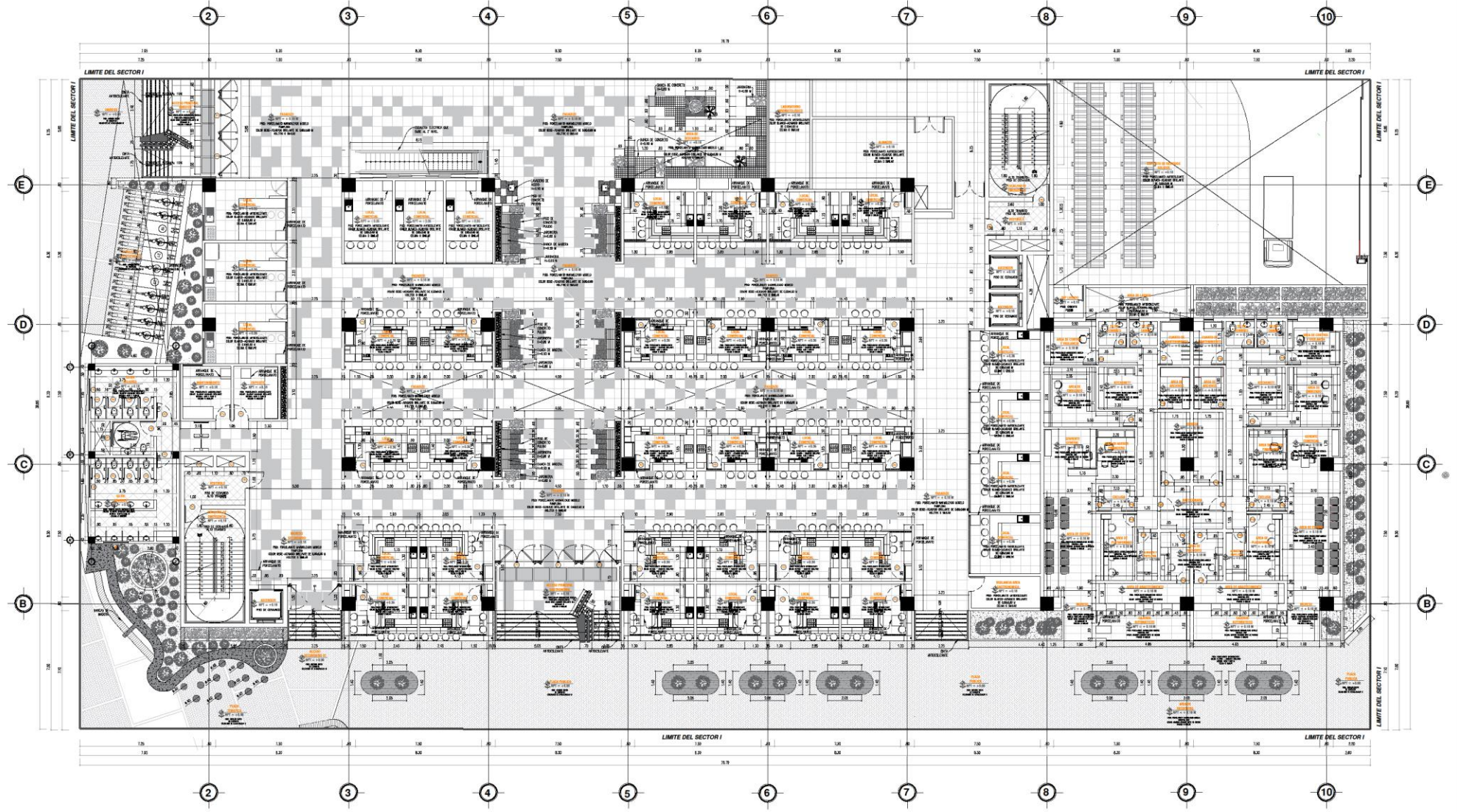


SECTOR I

PROYECTO DE ARQUITECTURA
 PLANO SOTANO 1
 ESC 1/75

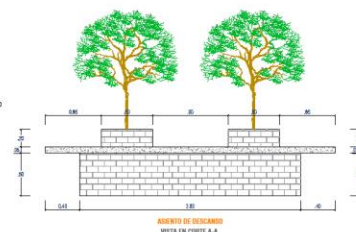
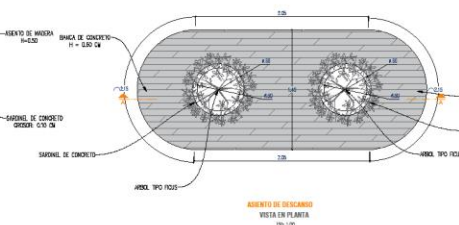
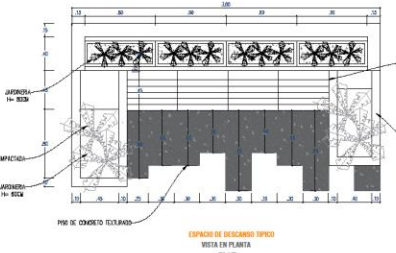


UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO		NOMBRE DE PROYECTO: MERCADO DE ABASTOS COMO DINAMIZADOR DEL TURISMO GASTRONOMICO EN LA ZONA METROPOLITANA DEL D. N. C. D. S. D. S. D. MERCADO NRO. 2, BARRIO SAN JUAN	
FACULTAD DE ARQUITECTURA ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA		ESPECIALIDAD: ARQUITECTURA	
TITULO: SECTOR I		PLANO: PLANO DE ARQUITECTURA	
DEPARTAMENTO / PROYECTO: SOTANO 1		AUTOR: ESTUDIO C/1	
DISTRITO: BARRIO SAN JUAN		FECHA: 2020	
DISEÑADO POR: AD		ESCALA: 1/75	
DISTRITO: BARRIO SAN JUAN		BOQUE: A-13	
DISTRITO: BARRIO SAN JUAN		BOQUE: A-13	
DISTRITO: BARRIO SAN JUAN		BOQUE: A-13	

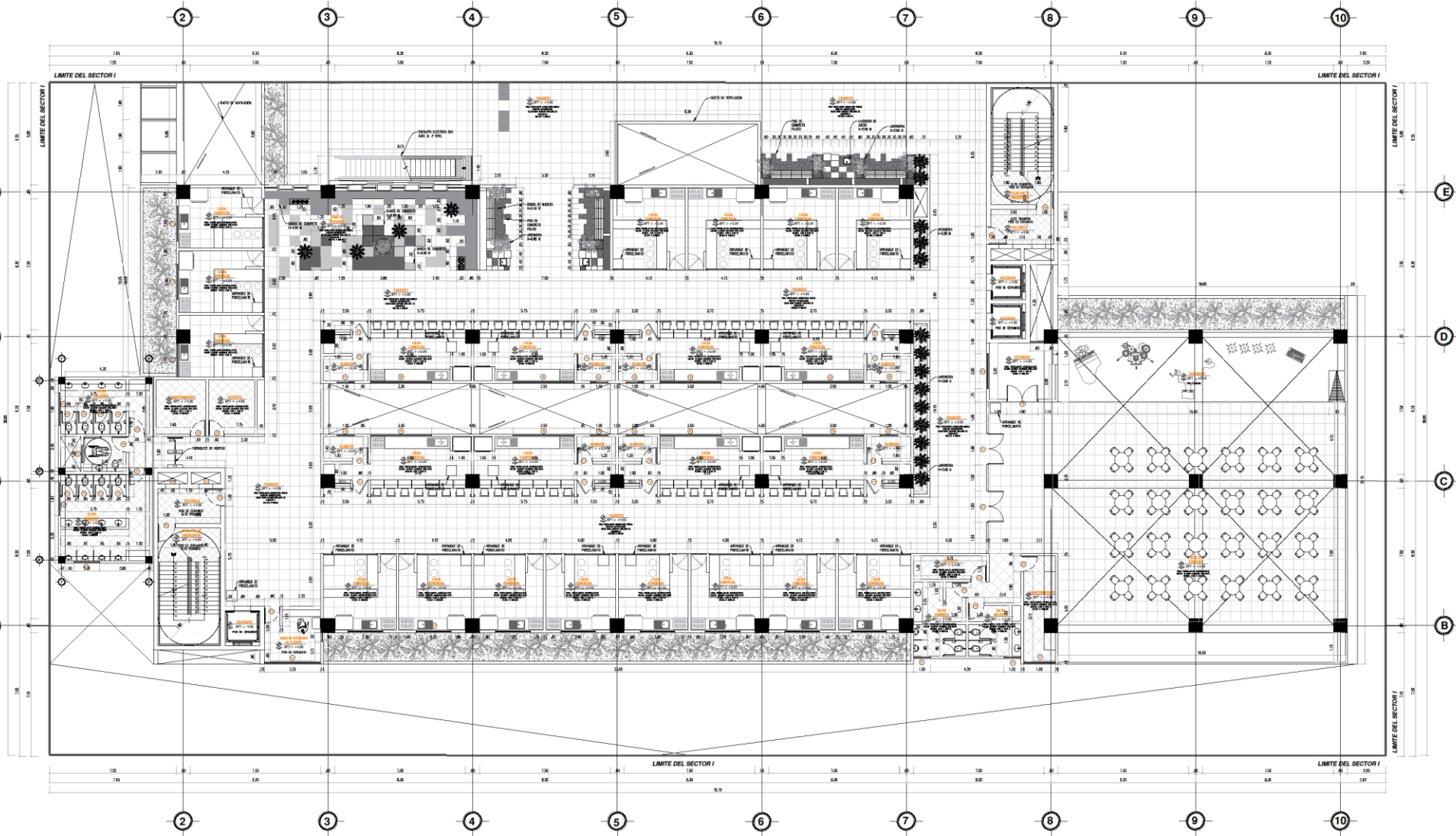


SECTOR I

PROYECTO DE ARQUITECTURA
 PLANO PRIMER PISO
 ESC 1/75

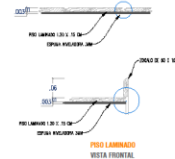
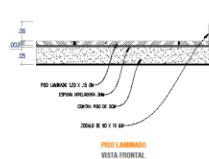
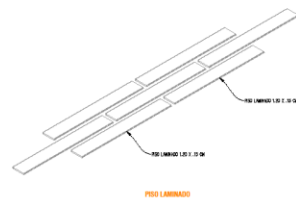
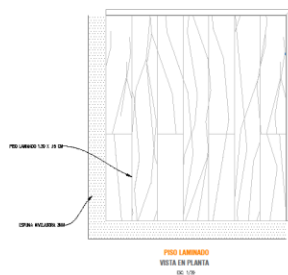


<p>UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO</p>		<p>PROYECTO DE INICIATIVA EDUCACIONAL</p> <p>MERCADO DE ABASTOS COMO DINAMIZADOR DEL TURISMO GASTRONOMICO EN LURAMBO BARRIONOVO EN LURAMBO (Dpto. Tarma, 2019 DISEÑO: MERCADO TRO. S. BARRANCO)</p>	
<p>FACULTAD DE ARQUITECTURA</p> <p>ESUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA</p>		<p>PROYECTO DE INICIATIVA EDUCACIONAL</p> <p>ARQUITECTURA</p>	
<p>DEPARTAMENTO I</p> <p>PROFESOR</p>		<p>PLANO DE ARQUITECTURA</p> <p>PRIMER PISO</p>	
<p>SECTOR I</p> <p>MERCADO TRO. S. BARRANCO</p>		<p>FECHA DE ELABORACION</p> <p>1/75</p> <p>FECHA DE APROBACION</p> <p>2020</p> <p>PROYECTISTA</p> <p>AC</p>	

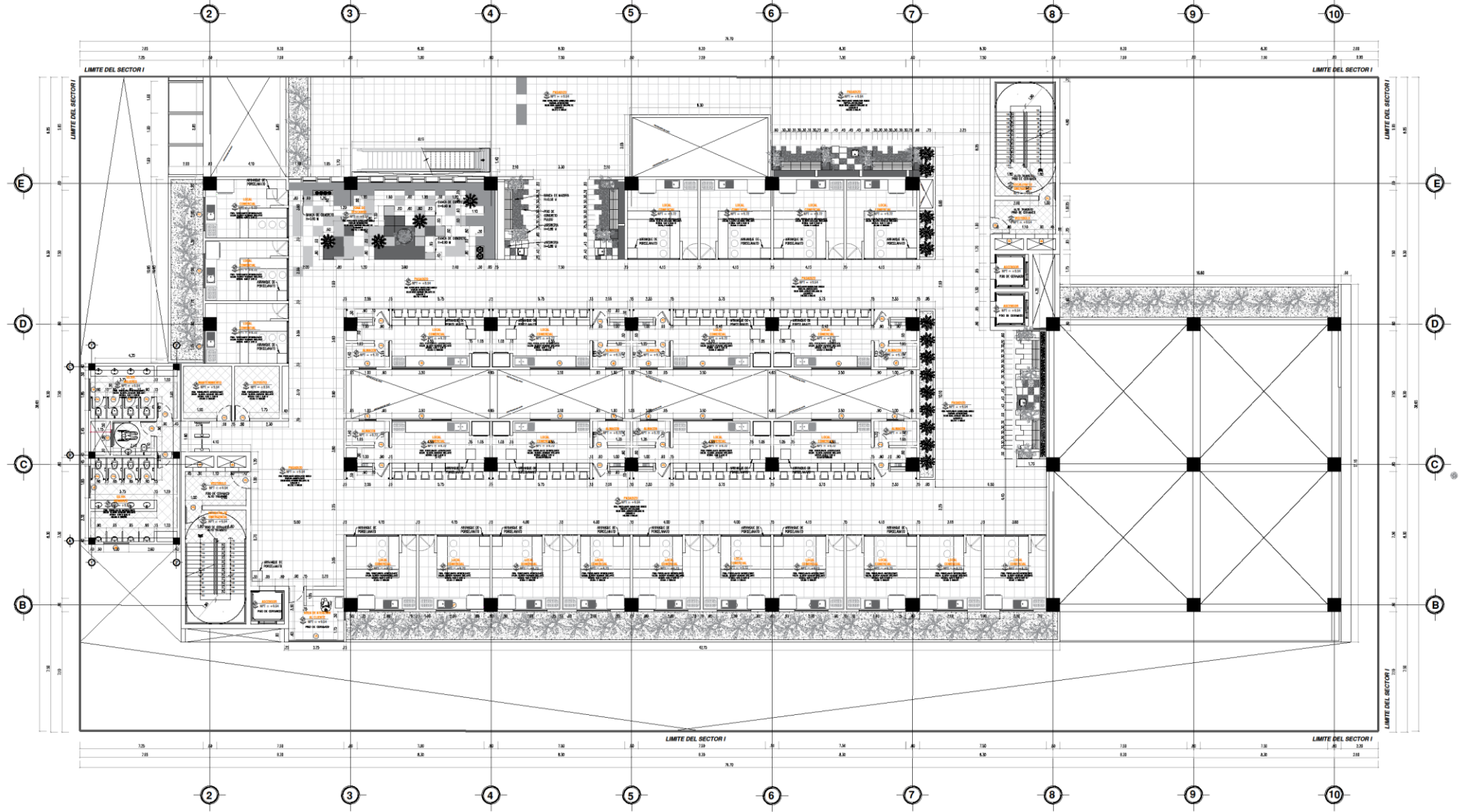


SECTOR I

PROYECTO DE ARQUITECTURA
PLANO SEGUNDO PISO
ESC 1/75

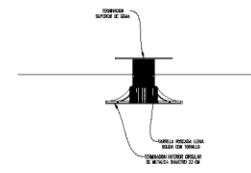
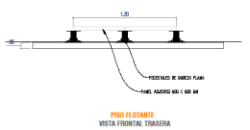
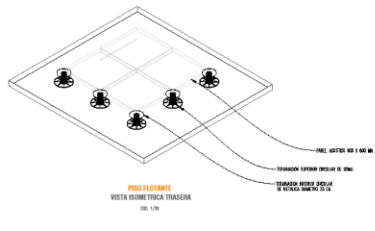
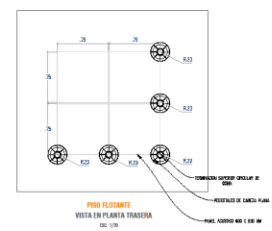


<p>UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO</p>	TÍTULO DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN: MERCADO DE SABORES COMO DINAMIZADOR DEL TURISMO GASTRONÓMICO EN LIMA METROPOLITANO, S.S.19 CABO; MERCADO RÍO S. BARRANCO		ESPECIALIDAD: ARQUITECTURA
	TÍTULO DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN: CENTRO GASTRONÓMICO CULTURAL		PLANOS: PLANO DE ARQUITECTURA
FACULTAD DE ARQUITECTURA ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA	UBICACIÓN: DEPARTAMENTO: PROVINCIA: DISTRITO:	LIMA LIMA BARRANCO	ESTADOS: REGION: MUNICIPIO: DISTRITO:
TÍTULO DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN: SECTOR I			AUTOR: ARQ. JOSÉ LUIS VEGEL PÉLO
ESCALA: 1/75			AÑO DE LAMINADO: 2020
FOLIO: A-15			FOLIO: AD



SECTOR I

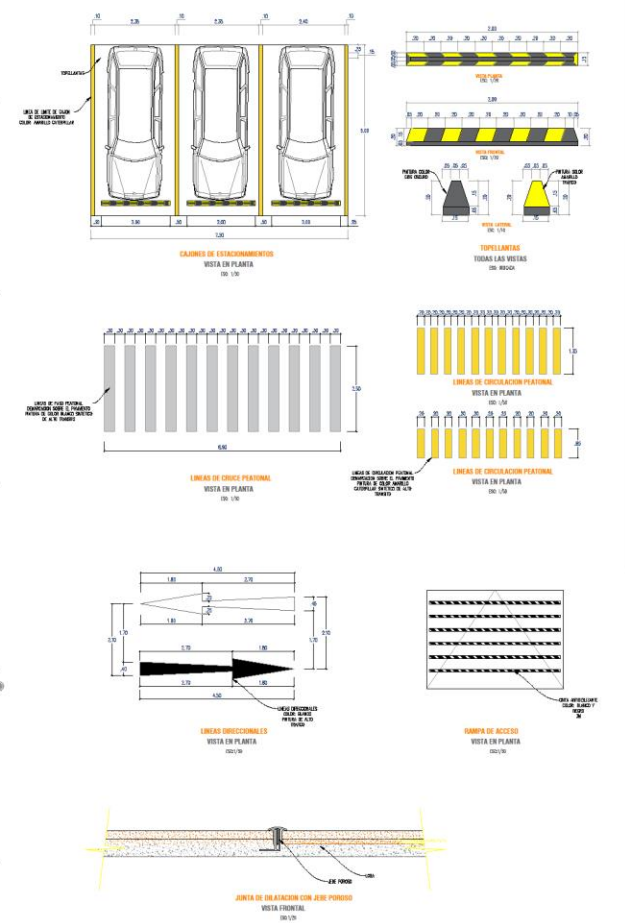
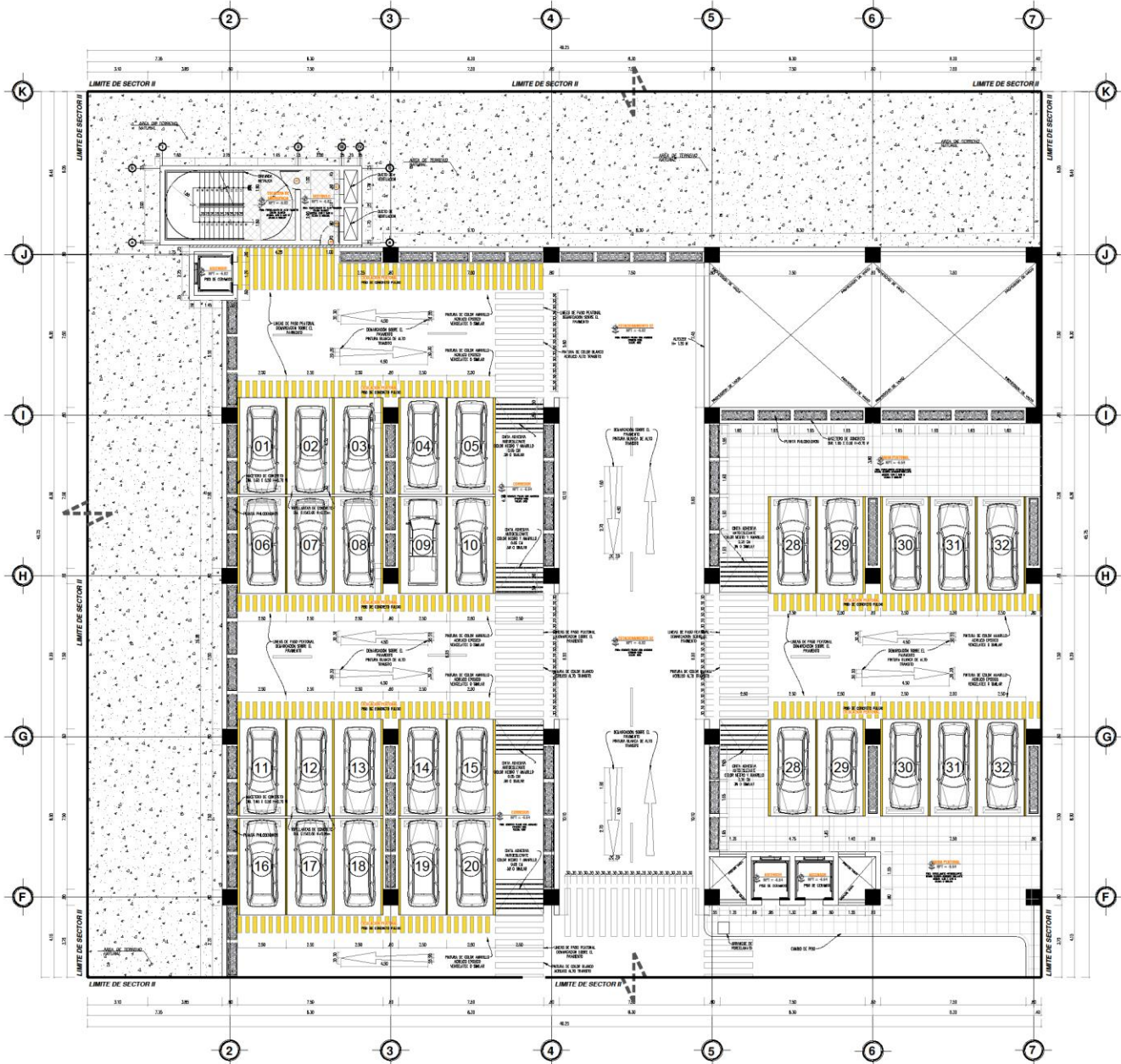
PROYECTO DE ARQUITECTURA
 PLANO TERCER PISO
 ESC 1/75



<p>UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO</p>	TÍTULO DE PROYECTO: HEREDAS DE SABORES COMO DINAMIZADOR DEL TURISMO GASTRONÓMICO EN LIMA METROPOLITANA, EDIF. CASO: MERCADO ROS S. BARRANCO	
	TÍTULO DE PROYECTO: CENTRO GASTRONÓMICO CULTURAL	ESPECIALIDAD: ARQUITECTURA
FACULTAD DE ARQUITECTURA ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA	UBICACIÓN: DEPARTAMENTO: LIMA LIMA PROVINCIA: BARRANCO DISTRITO: BARRANCO	PLANO: PLANO DE ARQUITECTURA ETAPA: TERCER PISO
SECTOR I PLANO TERCER PISO	TERCERA: BARRANCO, ESPACIO NACIONAL, CENTRO GASTRONÓMICO, ROS S. BARRANCO, LIMA, PERÚ. A.D.: JOSÉ LUIS VERAVAL SOLÍS	AUTOR: JOSÉ DE LARREA
	ESCALA: 1/75	FECHA: 2020
	PROYECTO: AD	A-16

Planos de distribución del sector por niveles – SECTOR 2





SECTOR II

PROYECTO DE ARQUITECTURA
 PLANO SOTANO 2
 ESC 1/75

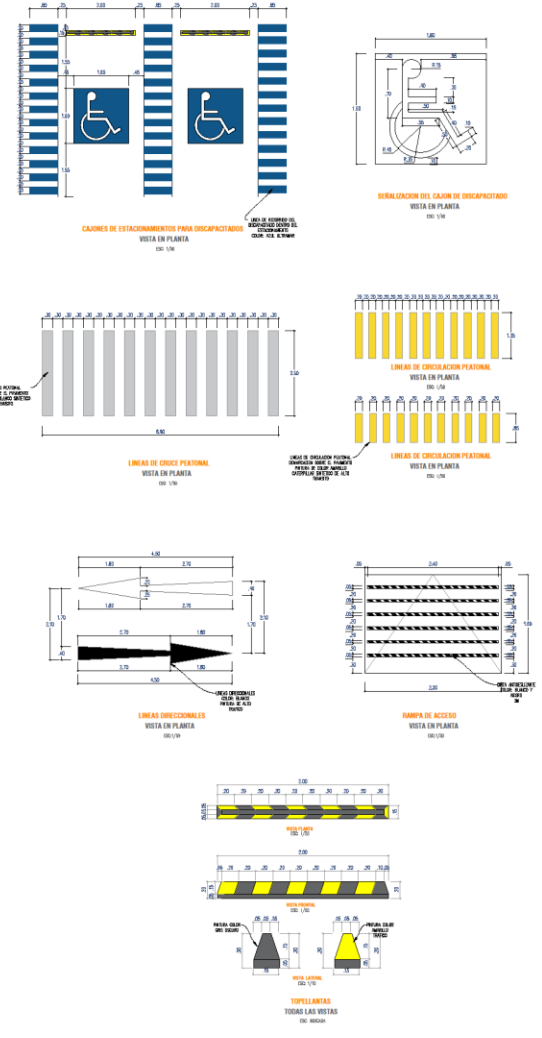
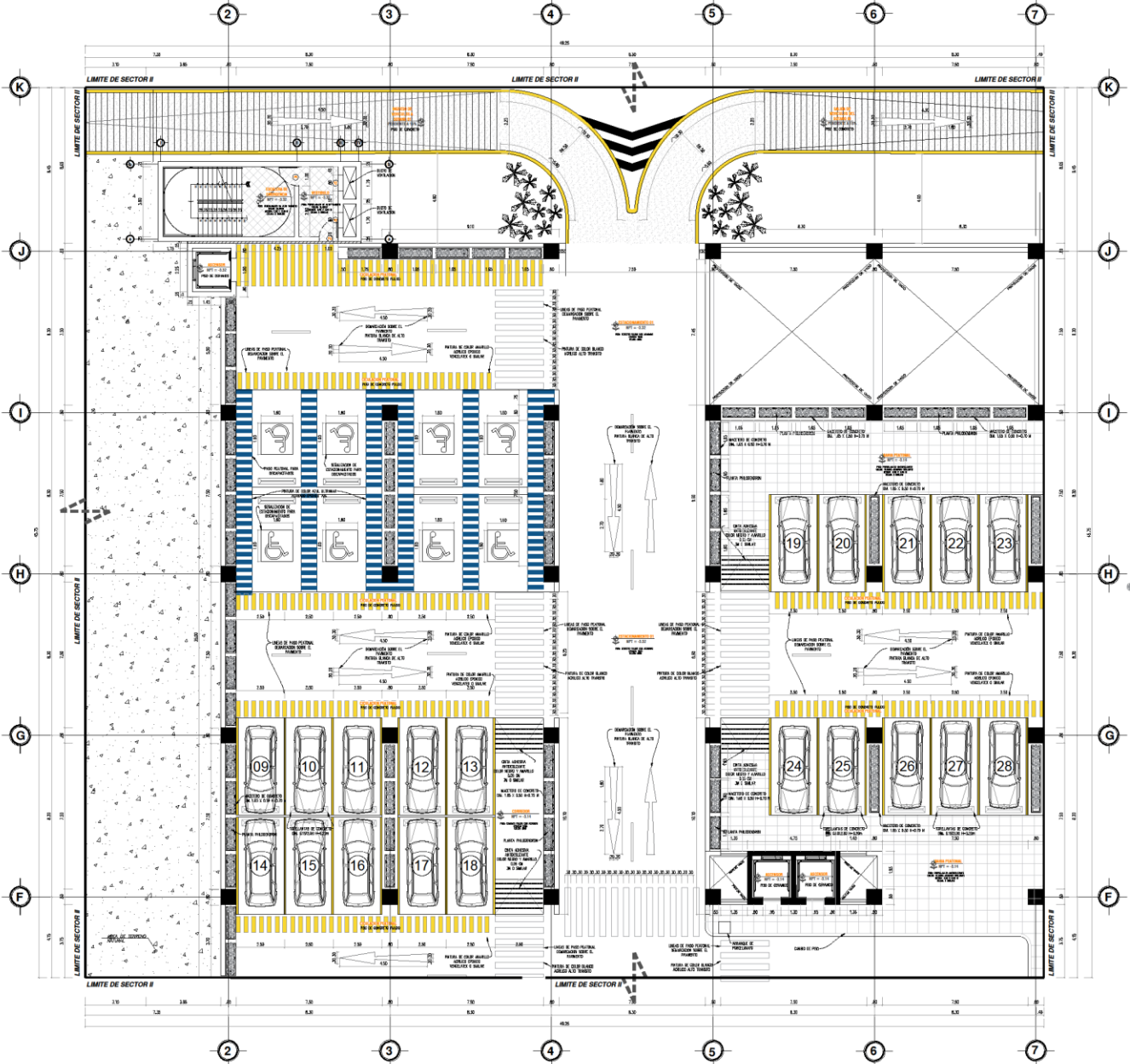
<p>UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO</p> <p>FACULTAD DE ARQUITECTURA</p> <p>ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA</p>	<p>TÍTULO DE PROYECTO: MERCADO DE ABASTOS COMO DINAMIZADOR DEL URBANO DISTRIBUIDO EN LIMA METROPOLITANA, S.D.19 CASO: MERCADO HNO. S. BARRANDI</p>		<p>PROYECTADO POR: ARQUITECTURA</p>
	<p>UNIDAD DE PROYECTO: CENTRO DISTRIBUIDO CULTURAL</p>		<p>PROYECTADO POR: PLAN DE ARQUITECTURA</p>
	<p>DEPARTAMENTO: LIMA</p> <p>PROYECTO: PASADIZO DE BARRANDI</p>		<p>PROYECTADO POR: BARRANDI</p>
	<p>PROYECTO: PASADIZO DE BARRANDI</p> <p>PROYECTO: PASADIZO DE BARRANDI</p> <p>PROYECTO: PASADIZO DE BARRANDI</p>		<p>PROYECTADO POR: BARRANDI</p>
<p>SECTOR II</p>	<p>PROYECTO: PASADIZO DE BARRANDI</p>		<p>PROYECTADO POR: BARRANDI</p>
	<p>PROYECTO: PASADIZO DE BARRANDI</p>		<p>PROYECTADO POR: BARRANDI</p>
	<p>PROYECTO: PASADIZO DE BARRANDI</p>		<p>PROYECTADO POR: BARRANDI</p>
	<p>PROYECTO: PASADIZO DE BARRANDI</p>		<p>PROYECTADO POR: BARRANDI</p>

1/75

2020

AD

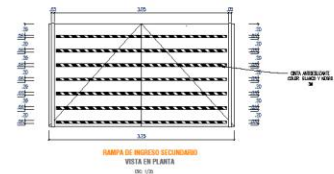
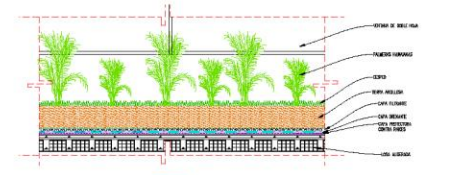
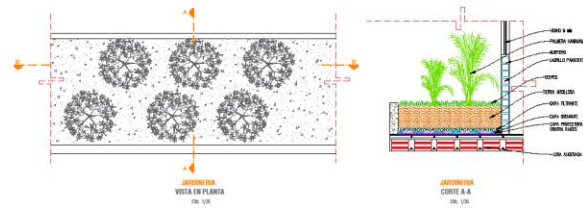
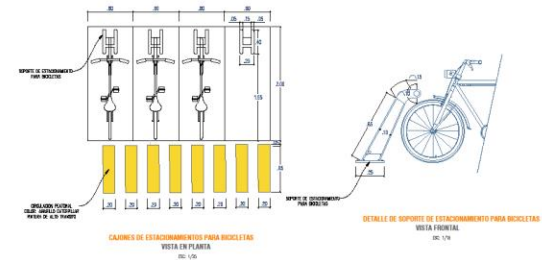
A-20



SECTOR II

PROYECTO DE ARQUITECTURA
 PLANO SOTANO 1
 ESC 1/75

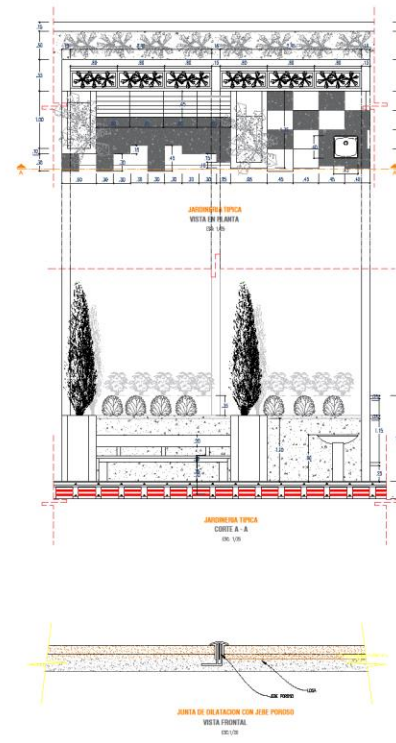
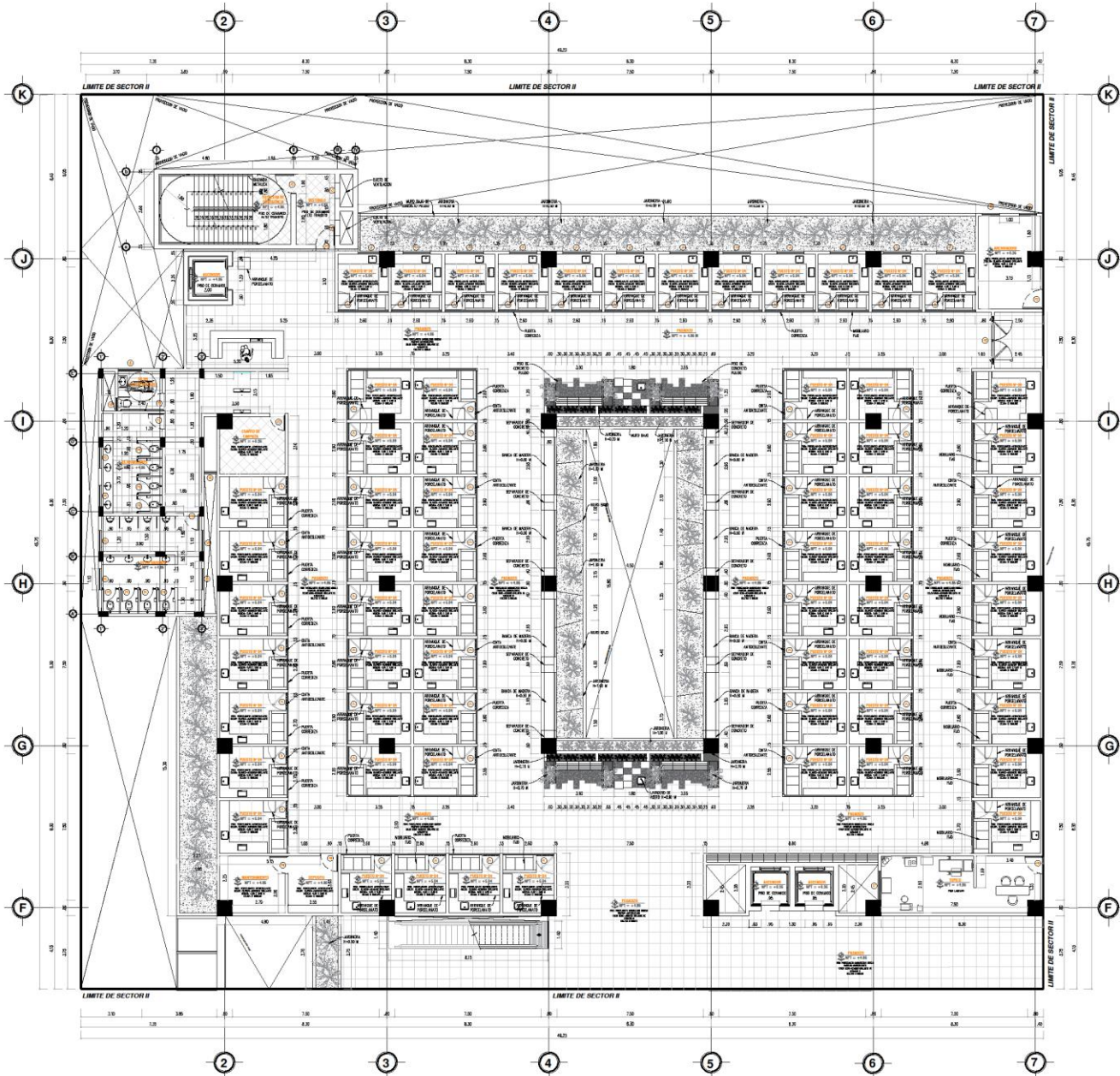
<p>UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO</p> <p>FACULTAD DE ARQUITECTURA</p> <p>ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA</p>	<p>TÍTULO DE PRESENTE OBRA/PROYECTO: MERCADO DE ABASTOS EDIFICIO DINAMIZADOR DEL LUGAR DEL BASTIONADO EN LIMA METROPOLITANA, S.O.19 CASO MERCADO HNO. S. BARRANCO</p>		<p>ESPECIALIDAD: ARQUITECTURA</p>	
	<p>TÍTULO DE PRESENTE PROYECTO: CENTRO GASTRONÓMICO CULTURAL</p>		<p>PLANO: PLANO DE ARQUITECTURA</p>	
	<p>DEPARTAMENTO: PROYECTIVA DE ARQUITECTURA</p>		<p>REGIÓN: REGIÓN C</p> <p>PROYECTO: BOYANÓ 01</p>	
	<p>PROFESOR: ING. JESÚS LUIS VERA, ROLD</p>		<p>ESTUDIANTE: ING. JESÚS LUIS VERA, ROLD</p>	
<p>SECTOR II</p>	<p>ESCALA: 1/75</p>	<p>FECHA: 2020</p>	<p>A-21</p>	
	<p>FORMA: AD</p>	<p>BOLETÍN: BOLETÍN DE LECTURA</p>		
	<p>PROYECTO: BOYANÓ 01</p>			



SECTOR II


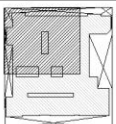
PROYECTO DE ARQUITECTURA
 PLANO PRIMERA PLANTA
 ESC 1/75

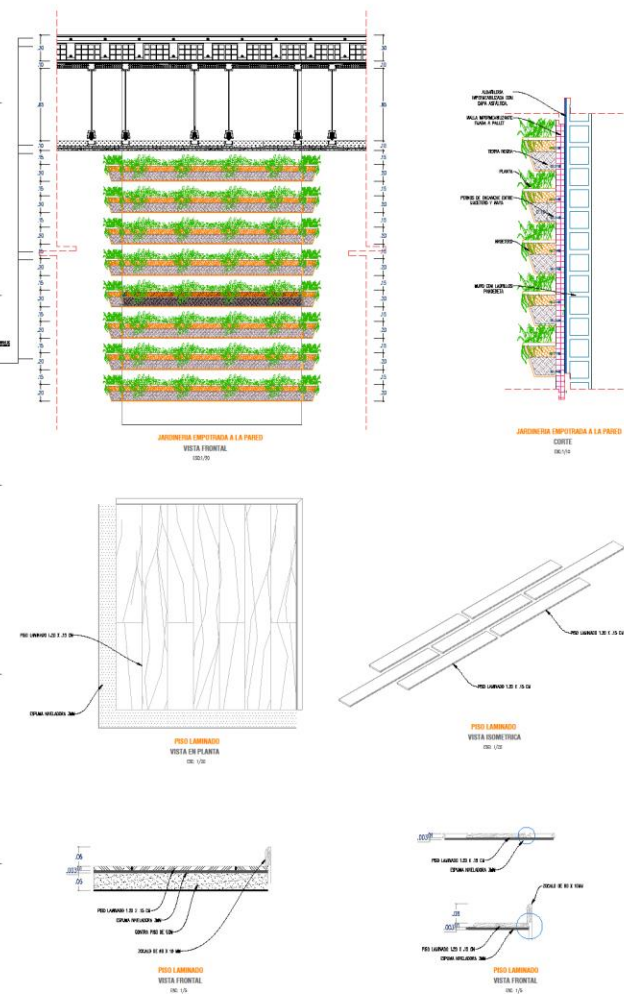
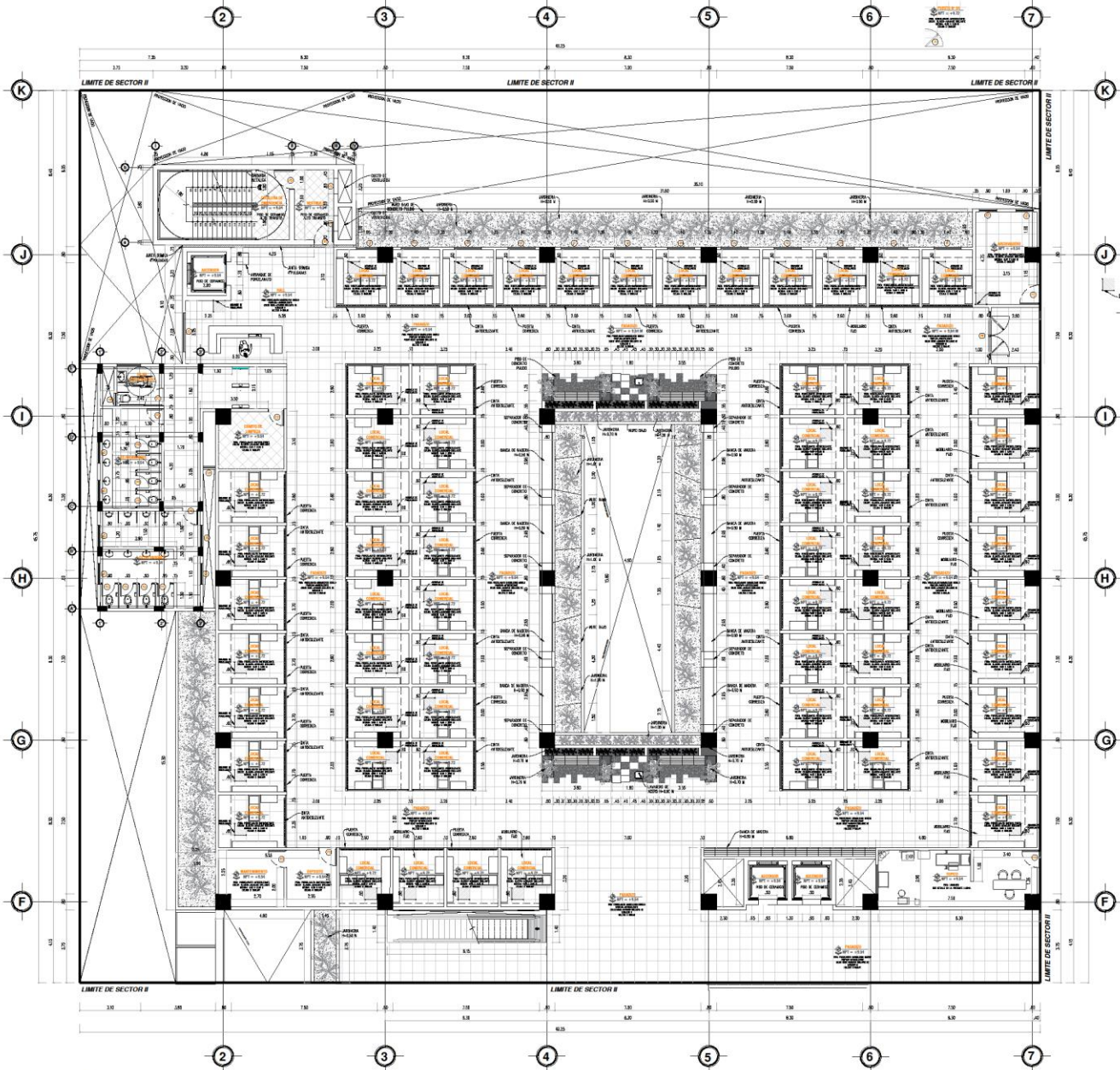
 UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO	TÍTULO DE PROYECTO: MERCADO DE ABASTOS COMO DINAMIZADOR DEL TURISMO GASTRONÓMICO EN LIMA METROPOLITANA, SS 19 SABO MERCADO NRO 2, BARBACANO		ESPECIALIDAD: ARQUITECTURA
	FACULTAD DE ARQUITECTURA ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA		PLAN: PLANO DE ARQUITECTURA
	DEPARTAMENTO: LIMA PROVINCIAS: LIMA DISTRITO: BARBACANO		ETAPAS: PRIMERA PLANTA
	AUTOR: JOSE LUIS VEGA, PÉREZ		TÍTULO: BOB DE LANTAR
SECTOR II MERCADO DE ABASTOS			ESCALA: 1/75
	FECHA: 2020		A-22
	PROYECTO: AD		



SECTOR II

PROYECTO DE ARQUITECTURA
 PLANO SEGUNDA PLANTA
 ESC 1/75

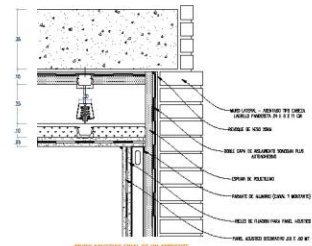
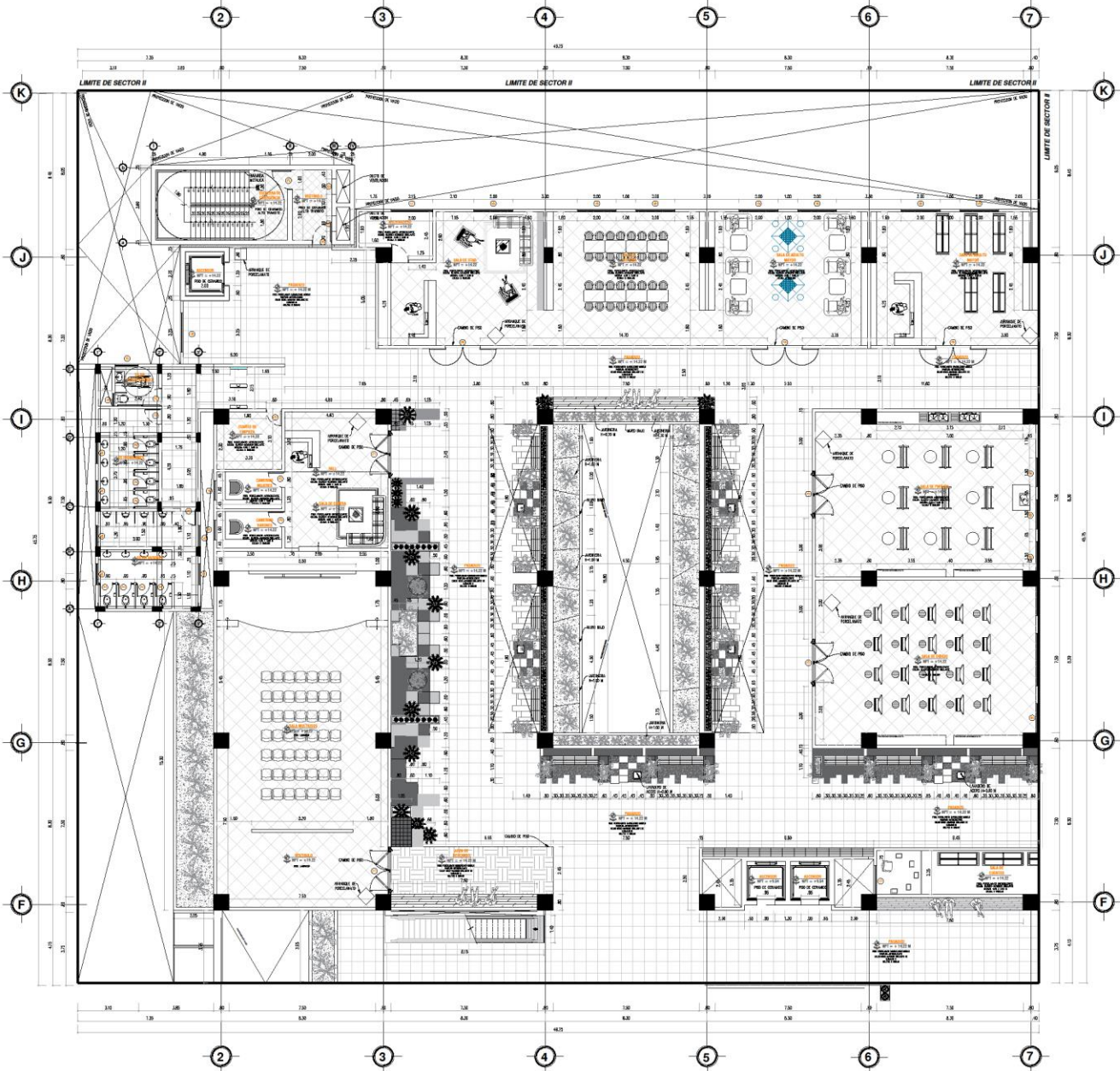
 UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO FACULTAD DE ARQUITECTURA ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA	TÍTULO DE PROYECTO: MERCADO DE ABASTOS COMO DINAMIZADOR DEL URBANO GASTRONÓMICO EN LIMA METROPOLITANA, S.O. 9 GABO MERCADO HNO. S. BARRAND	
	TÍTULO DE PROYECTO ARQUITECTÓNICO: GENTIO GASTRONÓMICO CULTURAL	ESPECIALIDAD: ARQUITECTURA
	DEPARTAMENTO: LIMA REGIONAL: BARRAND	TEMÁTICA: SECTOR II SUBTEMÁTICA: SEGUNDA PLANTA
	TÍTULO DE PROYECTO: SECTOR II SUBTEMÁTICA: SEGUNDA PLANTA	
AUTOR: AND. JORGE LUIS VERDELL POLO	ESCALA: 1/75	FECHA: 2023 PROYECTO: AD
		A-23



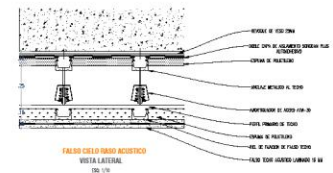
SECTOR II

PROYECTO DE ARQUITECTURA
 PLANO TERCERA PLANTA
 ESC 1/75

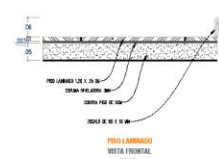
<p>UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO</p>		<p>PROYECTO DE PROYECTO INTEGRACIONAL</p> <p>MERCADO DE ABASTOS COMO DINAMIZADOR DEL TURISMO GASTRONOMICO EN LIMA METROPOLITANA Y SU DISTRITO: MERCADO PISO 2, WARRAND</p>	
<p>FACULTAD DE ARQUITECTURA</p> <p>SECCION PROFESIONAL DE ARQUITECTURA</p>		<p>DEPARTAMENTO: LIMA</p> <p>PROFESIONALES: LIMA</p>	
<p>SECTOR II</p>		<p>DEPARTAMENTO: LIMA</p> <p>PROFESIONALES: LIMA</p>	
<p>1/75</p> <p>2020</p> <p>AO</p>		<p>PROYECTO DE PROYECTO INTEGRACIONAL</p> <p>ARQUITECTURA</p> <p>PLANO DE ARQUITECTURA</p> <p>TERCERA PLANTA</p> <p>1/75</p> <p>2020</p> <p>AO</p>	



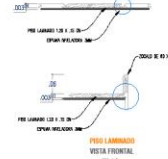
MURO ACUSTICO FINAL DE UN AMBIENTE
VISTA LATERAL
100 / 1/8"



FALSA CIELO MURO ACUSTICO
VISTA LATERAL
100 / 1/8"



FIBRA LAMINADA
VISTA FRONTAL
100 / 1/8"



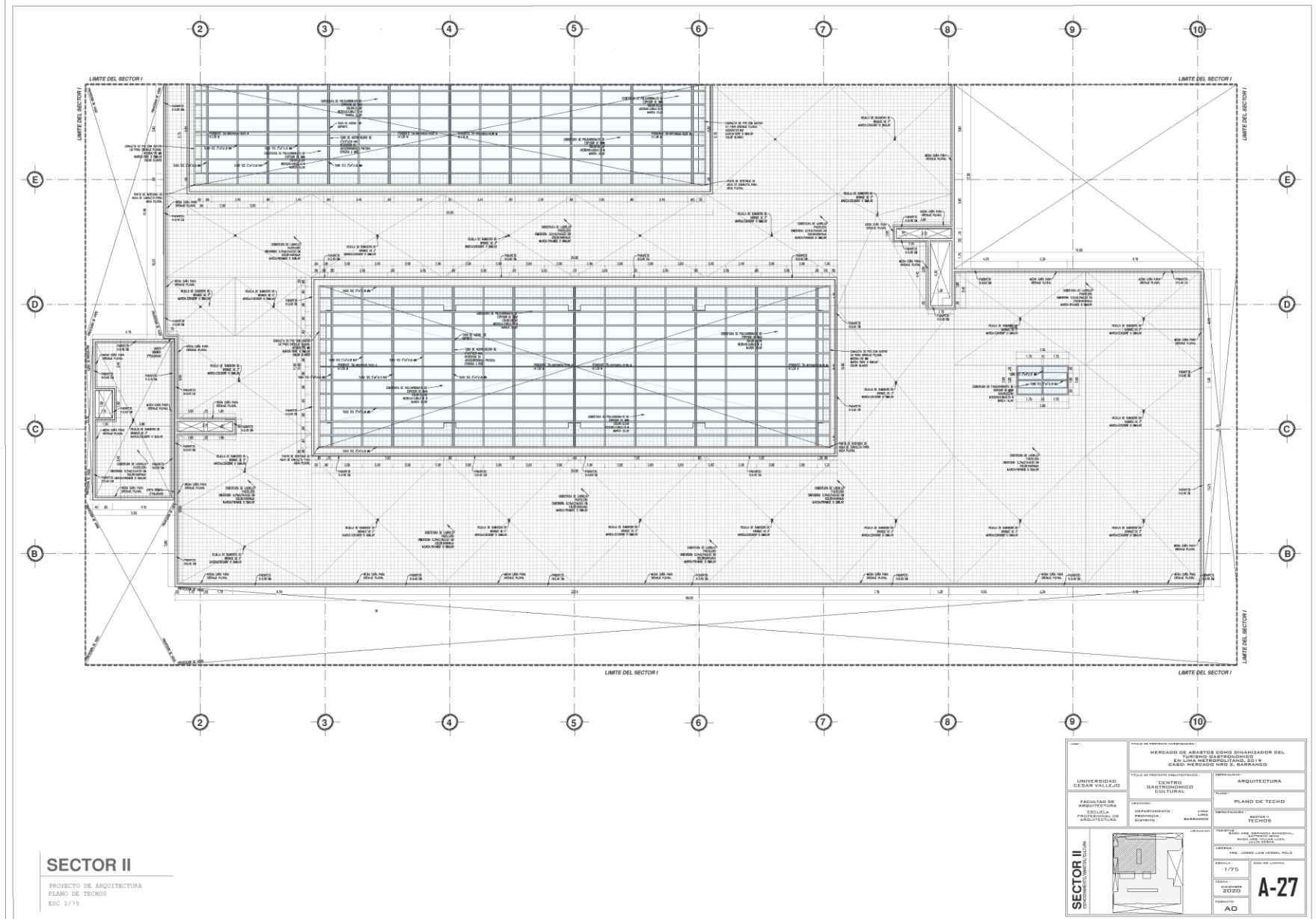
FIBRA LAMINADA
VISTA FRONTAL
100 / 1/8"

SECTOR II

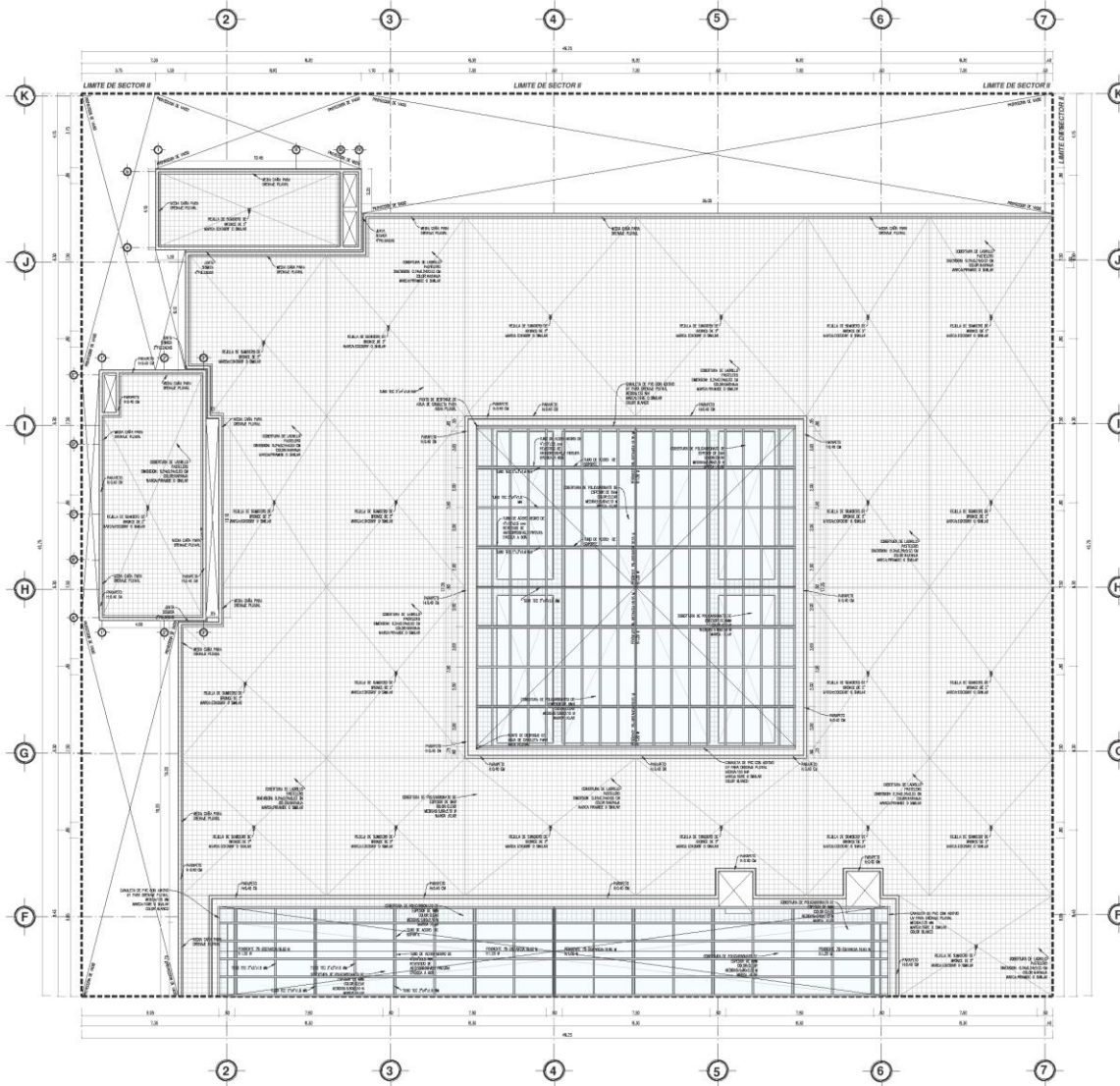
PROYECTO DE ARQUITECTURA
PLANO CUARTA PLANTA
ESC 1/75

<p>UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO</p>	<p>PROYECTO DE PROYECTO ARCHITECTONICO</p> <p>HEREDADO DE ABASTOS COMO DINAMIZADOR DEL TURISMO GAS TURISTICOS EN LIMA METROPOLITANA 2019 BARRIO HEREDADO PRO 5 BARRANCO</p>		<p>PROYECTO</p> <p>ARQUITECTURA</p>
	<p>FACULTAD DE ARQUITECTURA</p> <p>ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA</p>	<p>CENTRO DAS TURISMO CULTURAL</p>	<p>PLANO DE ARQUITECTURA</p>
<p>SECTOR II</p>	<p>DEPARTAMENTO : LIMA</p> <p>PROVINCIA : BARRANCO</p> <p>DISTRITO :</p>	<p>PROFESOR : SEÑOR S</p> <p>CUARTA PLANTA</p>	<p>FECHA :</p> <p>FECHA DE ENTREGA :</p> <p>FECHA DE ENTREGA :</p> <p>FECHA DE ENTREGA :</p> <p>FECHA DE ENTREGA :</p>
<p>SECTOR II</p>	<p>PROFESOR : DR. JOSE LUIS VERGEL POLO</p>	<p>ESCALA :</p> <p>1/75</p>	<p>NO. DE PLANOS :</p> <p>2020</p> <p>A-25</p>

Planos de techo – SECTOR 1



Planos de techo – SECTOR 2



SECTOR II

PROYECTO DE ARQUITECTURA
 PLANO DE TECHO
 ESC. 1:75

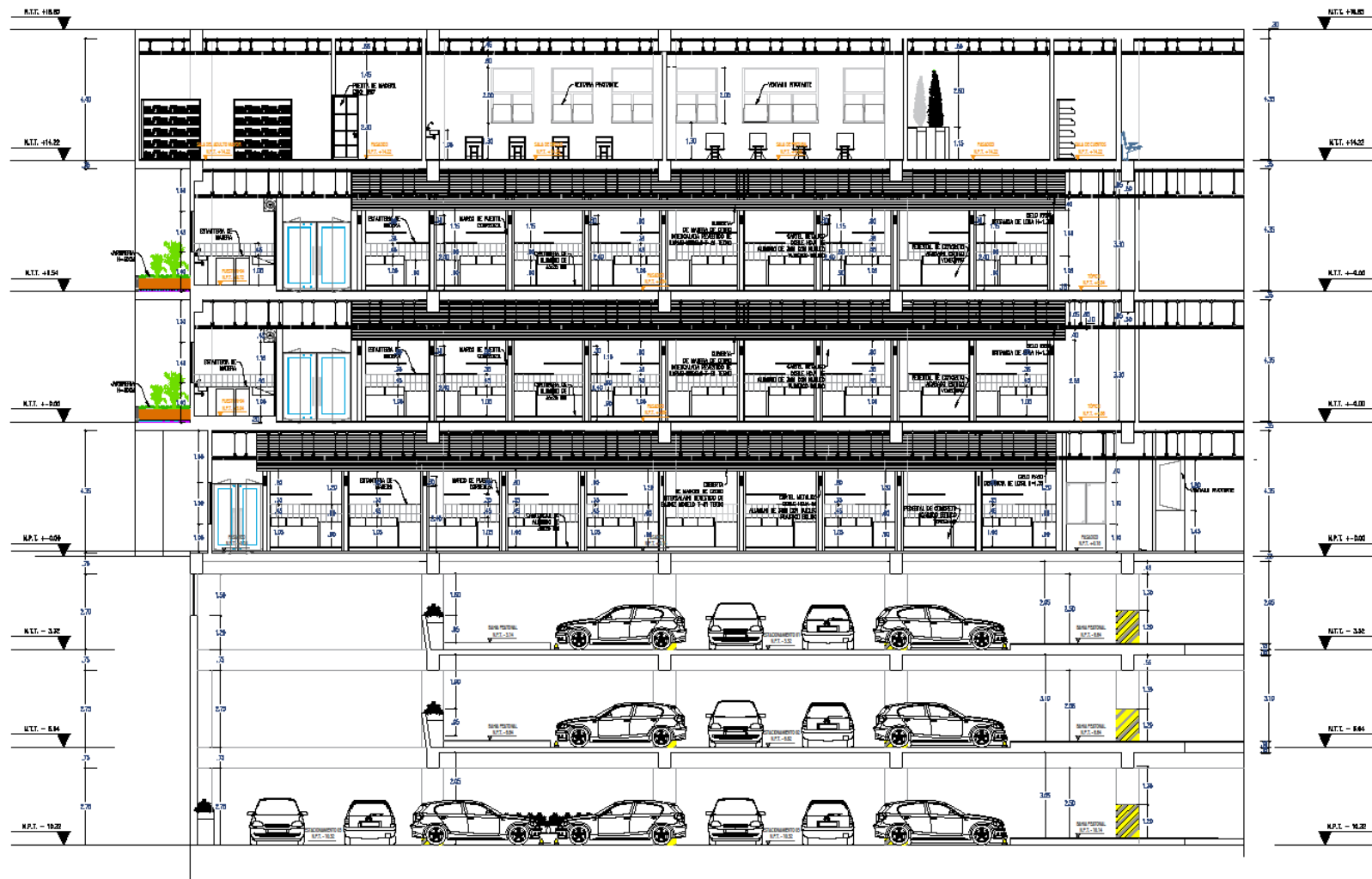
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA		FACULTAD DE ARQUITECTURA	
CENTRO DE INVESTIGACIONES CULTURALES		CARRER 13-01, ZONA 1, GUATEMALA	
PROYECTO: MERCADO DE ABASTECIMIENTO DE ALIMENTOS PARA EL SECTOR II DE LA ZONA 13, GUATEMALA		AUTOR: DR. JOSÉ LUIS VARELA ROLDÁN	
TÍTULO: PLANO DE TECHO		ESCALA: 1:75	
FECHA: 2020		DISEÑADOR: AD	

Planos de cortes


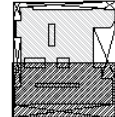


1 CORTE AA
ESC. 1/100

<p>UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO</p>	<p>MERCADO DE SERVICIOS COMO SUSTENTADOR DEL POLO TURÍSTICO, EN EL CARRO MERCADO HDO. S. SARAIBO</p>	
	<p>CENTRO SERVICIOS CULTURA</p>	<p>ARQUITECTURA</p>
	<p>PROYECTO DE ARQUITECTURA</p>	<p>PLANO DE ARQUITECTURA</p>
<p>SECTOR I</p>	<p>PROYECTO DE ARQUITECTURA</p>	
	<p>ESP. DE SERVICIOS CULTURA</p>	
	<p>ESP. DE SERVICIOS CULTURA</p>	
<p>ESP. DE SERVICIOS CULTURA</p>		<p>C-01</p>

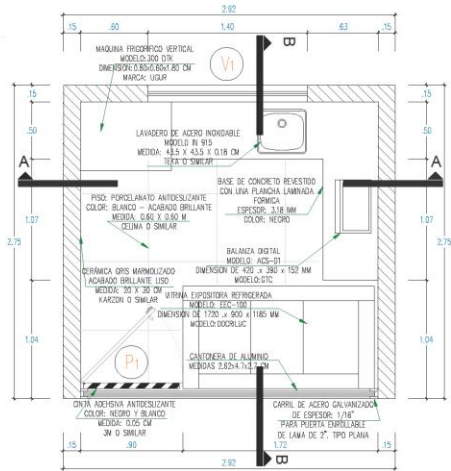


1 CORTE B-B
ESC. 1/100

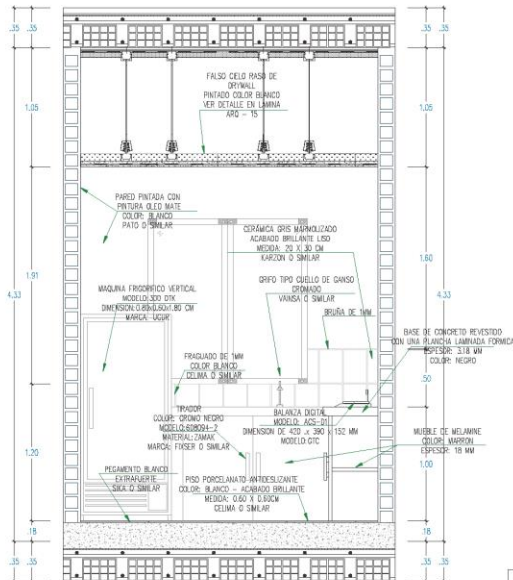
 UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO	MERCADO DE ABASTO COMO DINAMIZADOR DEL DESARROLLO METROPOLITANO EN LIMA METROPOLITANA, SO 19 DISEÑO METROPOLITANO Y URBANIZACION	
	CENTRO METROPOLITANO CULTURAL	ARQUITECTURA
FACULTAD DE INGENIERIA Y ARQUITECTURA	PROYECTO DE ARQUITECTURA Y URBANIZACION	PLANO DE ARQUITECTURA SECCION: CORTE B-B
TITULO: 1 SEMESTRE: 2020	ALUMNO: [Nombre] N°: [Número]	ESCUELA: [Nombre] PROFESOR: [Nombre]
SECTOR I URBANIZACION		C-01

Planos de módulos

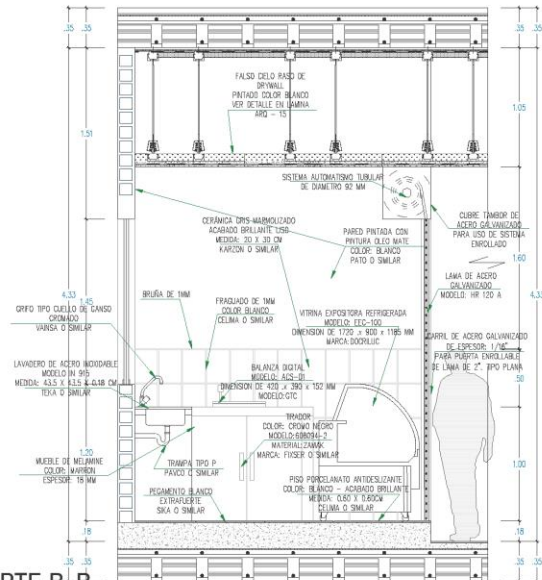
1 PLANTA
ESC. 1/25



2 CORTE A-A
ESC. 1/25

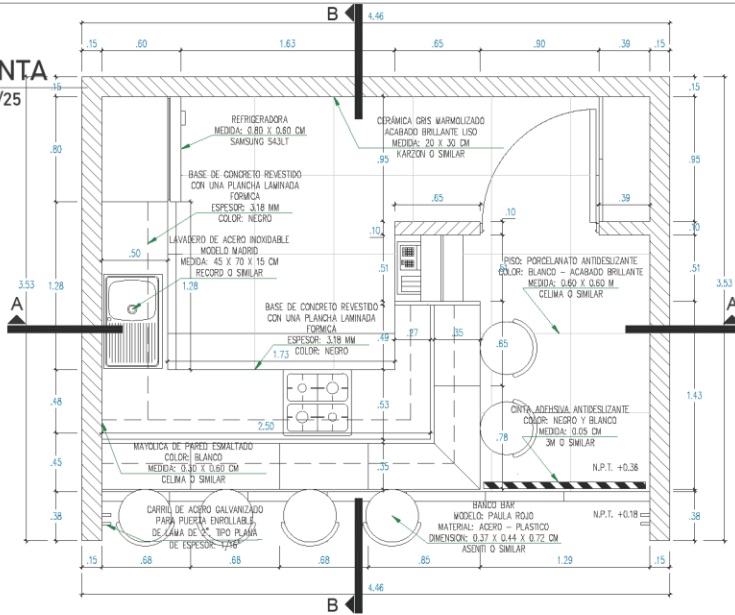


3 CORTE B-B
ESC. 1/25

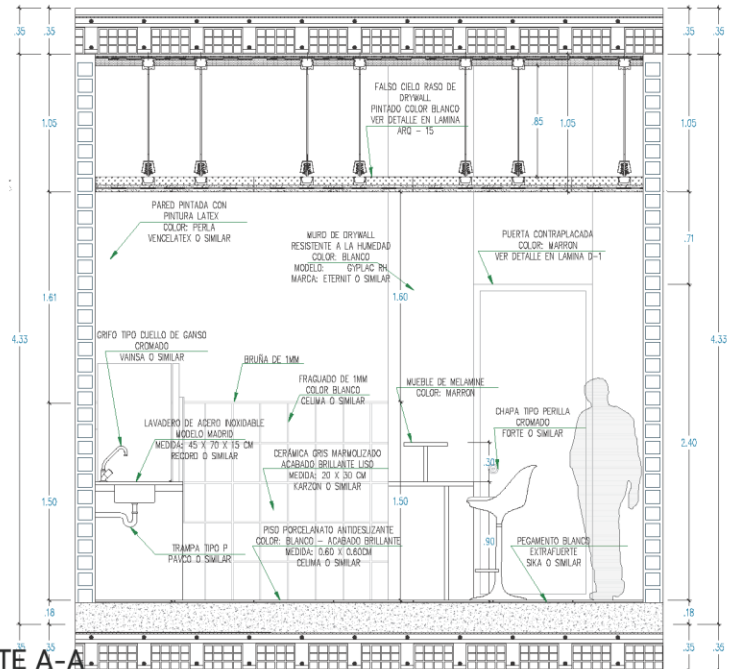


		MESAJE DE ABASTOS COMO DINAMIZADOR DEL TURISMO GASTRONÓMICO EN LA LINEA METROPOLITANA DE LA CIUDAD MESAJO DE NEGRO Y BARBAÑO	
UNIVERSIDAD DEL MAR VALLEJO FACULTAD DE ARQUITECTURA DEPARTAMENTO DE DISEÑO ARQUITECTURAL	CENTRO GASTRONÓMICO CULTURAL	ESCUELA: ARQUITECTURA ASIGNATURA: DETALLE DE PUERTOS	TÍTULO: PLANO DE ARQUITECTURA AUTOR: BARBAÑO
SECTOR I		TÍTULO DEL PROYECTO NACIONAL: ANEXO DEL CENTRO CULTURAL CIUDAD MESAJO FECHA: 2022 ESCALA: A2	DP-01

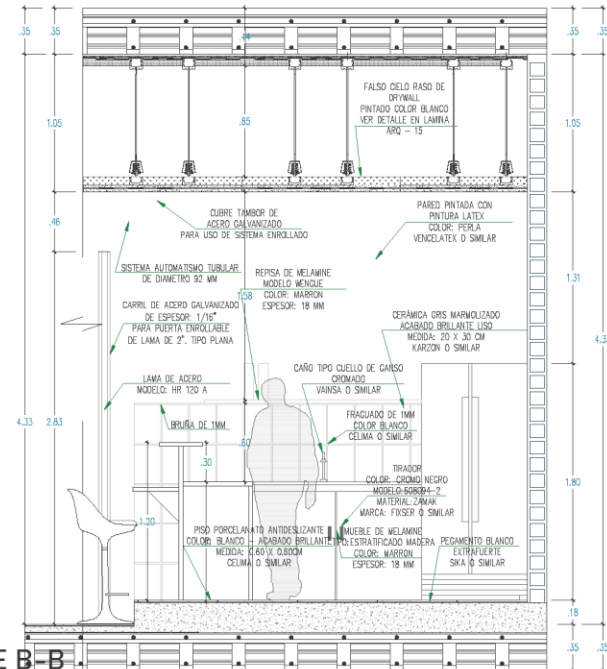
1 PLANTA
ESC. 1/25





2 CORTE A-A
ESC. 1/25

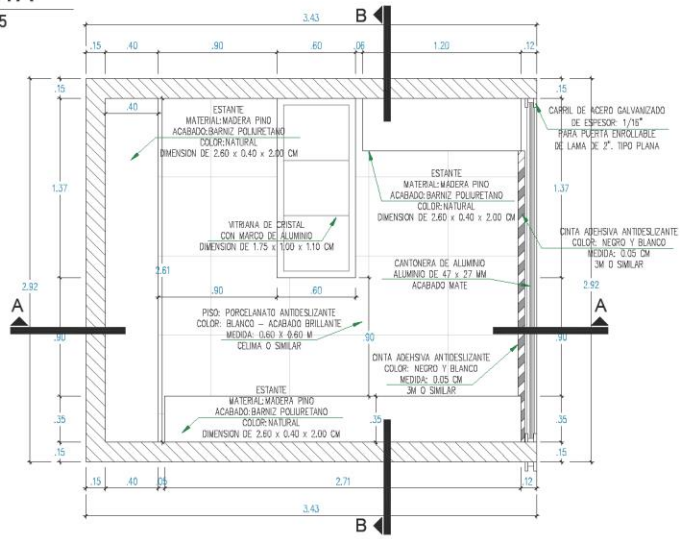


3 CORTE B-B
ESC. 1/25

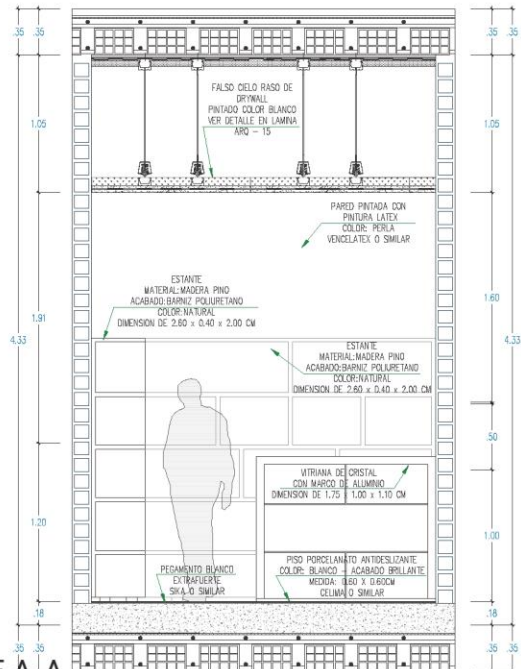


 <p>UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO</p>		<p>UNIDAD DE PROYECTO INVESTIGACION:</p> <p>MERCADO DE ABASTOS COMO DINAMISADOR DEL TURISMO GASTRONOMICO EN LIMA METROPOLITANA 2019</p> <p>BAÑO MERCADO PISO 0. BARRANCO</p>		<p>ESPECIALIDAD:</p> <p>ARQUITECTURA</p>	
<p>FACULTAD DE ARQUITECTURA</p> <p>PRE-ESPECIALIDAD DE ARQUITECTURA</p>		<p>UNIDAD DE PROYECTO ARQUITECTONICO:</p> <p>CENTRO GASTRONOMICO CULTURAL</p>		<p>PLANO:</p> <p>PLANO DE ARQUITECTURA</p>	
<p>PROFESOR:</p> <p>ING. JUAN CARLOS BARRANCO</p>		<p>ESTUDIANTE:</p> <p>ING. JUAN CARLOS BARRANCO</p>		<p>PROYECTO:</p> <p>DETALLE DE PUESTOS</p>	
<p>FECHA:</p> <p>2020</p>		<p>FECHA:</p> <p>2020</p>		<p>PROYECTO:</p> <p>A2</p>	
<p>SECTOR I</p> <p>INVESTIGACION</p>				<p>DP-02</p>	

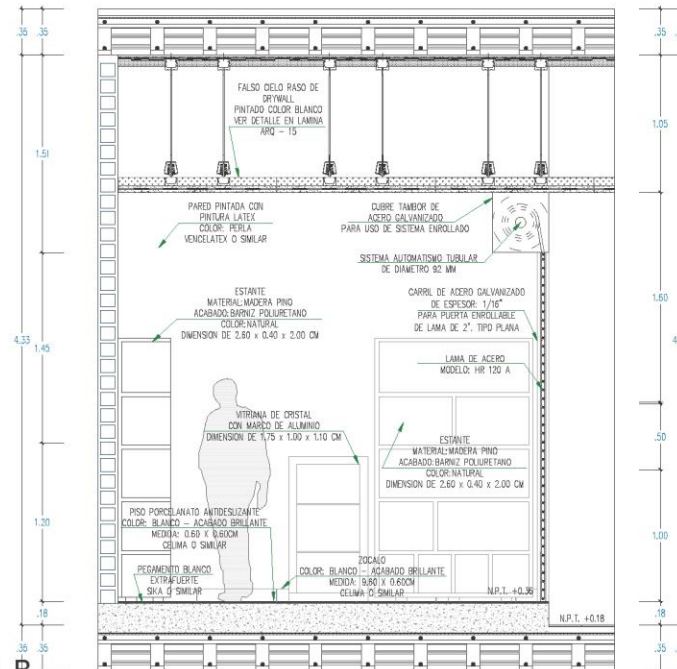
1 PLANTA
ESC. 1/25



2 CORTE A-A
ESC. 1/25



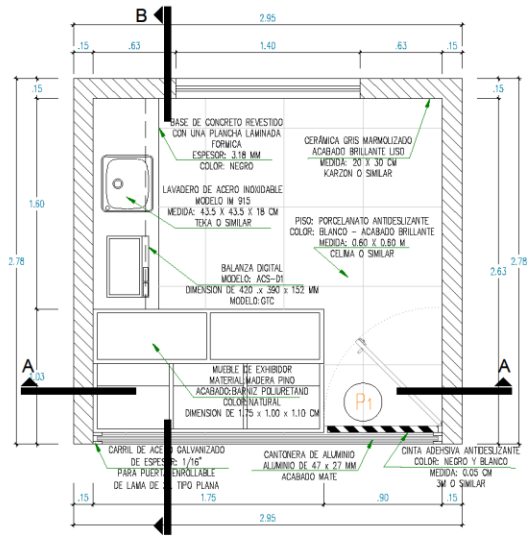
3 CORTE B-B
ESC. 1/25



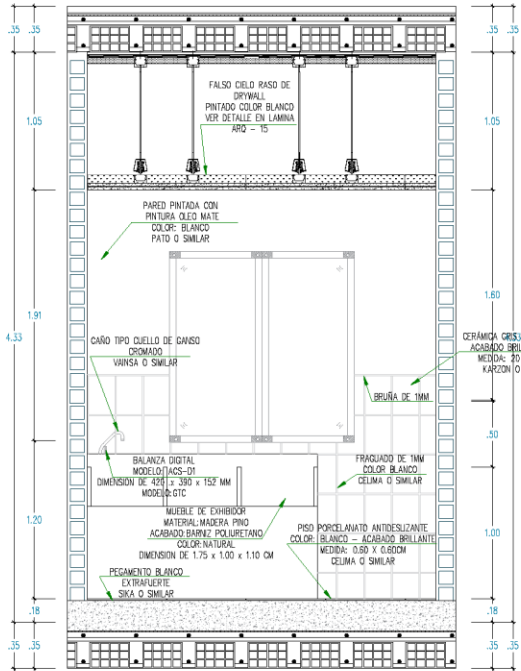
<p>UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO</p> <p>FACULTAD DE ARQUITECTURA</p> <p>ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA</p>	<p>TÍTULO DE PROYECTO (OBLIGATORIO):</p> <p>MERCADO DE ABASTOS COMO DINAMISADOR DEL TURISMO GASTRONÓMICO EN LIMA METROPOLITANA, SO 19</p>		<p>ESPECIALIDAD:</p> <p>ARQUITECTURA</p>	
	<p>TÍTULO DE PROYECTO (OPCIONAL):</p> <p>CENTRO GASTRONÓMICO CULTURAL</p>		<p>PLANO:</p> <p>PLANO DE ARQUITECTURA</p>	
	<p>DEPARTAMENTO:</p> <p>LIMA</p>		<p>PROYECTO:</p> <p>DETALLE DE PUERTOS</p>	
	<p>PREFENIDA:</p> <p>BARBAÑO</p>		<p>TÉCNICO:</p> <p>ING. JUAN LUIS VARGAS GÓMEZ</p>	
<p>FECHA:</p> <p>2020</p>		<p>PROYECTO:</p> <p>A2</p>		<p>SECTOR I</p> <p>INSTRUMENTACIÓN</p>

DP-03

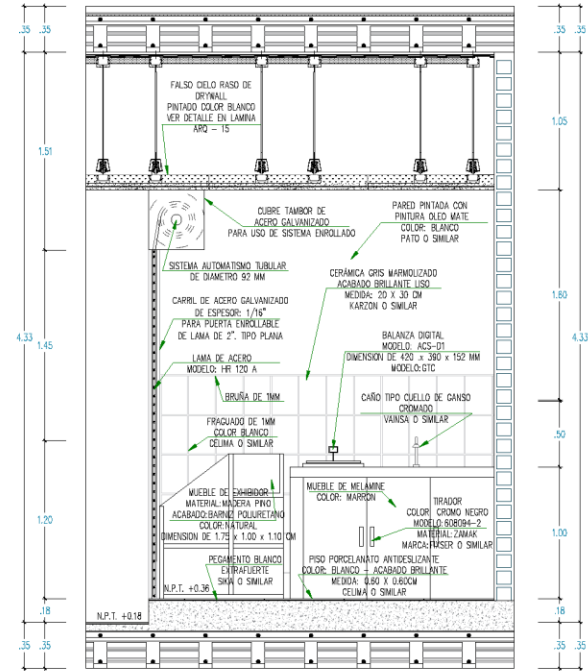
1 PLANTA
ESC. 1/25



2 CORTE A-A
ESC. 1/25



3 CORTE B-B
ESC. 1/25



<p>UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO</p>	<p>TÍTULO DE PROYECTO INVESTIGACIÓN:</p> <p>MERCADO DE ABASTOS COMO DINAMISADOR DEL TURISMO GASTRONÓMICO EN LIMA METROPOLITANA, 2019</p> <p>BARRO MERCADO PISO 0 BARRO</p>		<p>PROFESIONAL:</p> <p>ARQUITECTURA</p>
	<p>TÍTULO DE PROYECTO ARQUITECTÓNICO:</p> <p>CENTRO GASTRONÓMICO CULTURAL</p>		<p>PLANO:</p> <p>PLANO DE ARQUITECTURA</p>
<p>FACULTAD DE ARQUITECTURA</p> <p>ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA</p>	<p>DEPARTAMENTO:</p> <p>UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO</p> <p>PREFECTURA:</p> <p>BARRO</p> <p>DIRECCIÓN:</p> <p>BARRO</p>	<p>PROYECTO:</p> <p>BARRO</p> <p>DETALLE DE PUESTOS</p>	<p>FECHA:</p> <p>2020</p> <p>PROYECTO:</p> <p>A2</p>
<p>SECTOR I</p> <p>INVESTIGACIÓN</p>		<p>FECHA:</p> <p>2020</p> <p>PROYECTO:</p> <p>A2</p>	<p>DP-04</p>

Planos a detalle de los baños

PLANTA SE.MH VARNOS TIPIA 4 PISOS
Escala: 1/30

PLANTA SE.MH VARNOS TIPIA 4 PISOS
Escala: 1/30

PLANTA SE.MH VARNOS TIPIA 4 PISOS
Escala: 1/30

PLANTA SE.MH VARNOS TIPIA 4 PISOS
Escala: 1/30

DETALLES DE MOBILIARIOS

Escalas: 1/30

DETALLES DE VENTANA

Escalas: 1/30

DETALLE 1

Escala: 1/30

DETALLE 2

Escala: 1/30

DETALLE 4

Escala: 1/30

DETALLE 4 - A

Escala: 1/30

DETALLE 4 - B

Escala: 1/30

DETALLE DEL LAVADERO

Escala: 1/30

DETALLE DE 1 - B (A)

Escala: 1/30

DETALLE 3

Escala: 1/30

DETALLE 5

Escala: 1/30

DETALLE 6

Escala: 1/30

DETALLE 7

Escala: 1/30

DETALLE 8

Escala: 1/30

DETALLE 9

Escala: 1/30

DETALLE 10

Escala: 1/30

SCHEDULES CON ACRONIMOS DE LOS CUADROS

STD PISO	PISOS	CONTRAZCALO	ZOCALO	MUROS	CELOSOS	COBERTURA
AMBIENTE						
SEÑAL VARNOS	●	●	●	●	●	●
SEÑAL MUJERES	●	●	●	●	●	●
SEÑAL DISCAPACITADOS	●	●	●	●	●	●
SEÑAL A LOS SEÑAL	●	●	●	●	●	●

UNIVERSIDAD DE BARRIA VALLARTA
FACULTAD DE INGENIERIA
PROFESOR DE ARQUITECTURA

INTEGRANTES:
NOMBRE: JUAN CARLOS GARCIA
CARRERA: ARQUITECTURA

PROFESOR: DR. JUAN CARLOS GARCIA
CARRERA: ARQUITECTURA

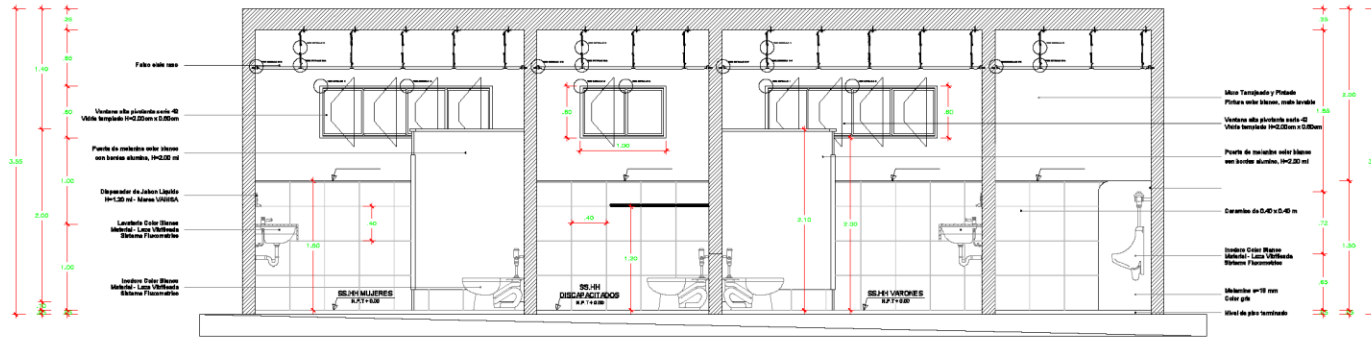
PROFESOR: DR. JUAN CARLOS GARCIA
CARRERA: ARQUITECTURA

SECTOR I

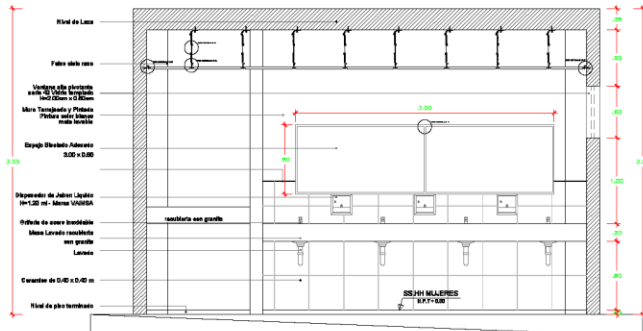
1/75

1/30

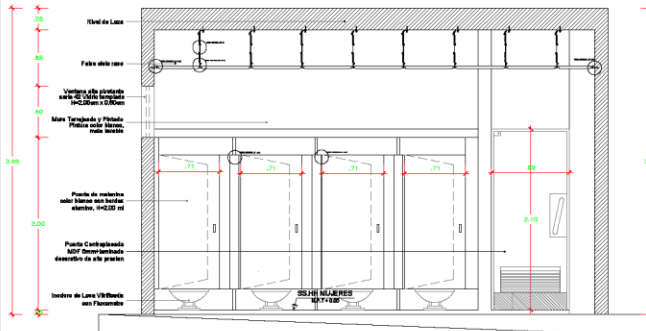
AD



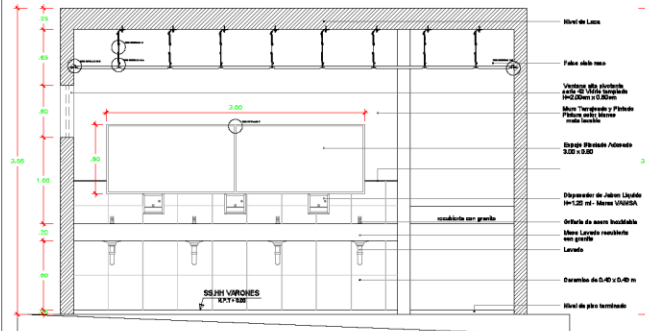
CORTE GENERAL "A - A"
Escala: 1/30



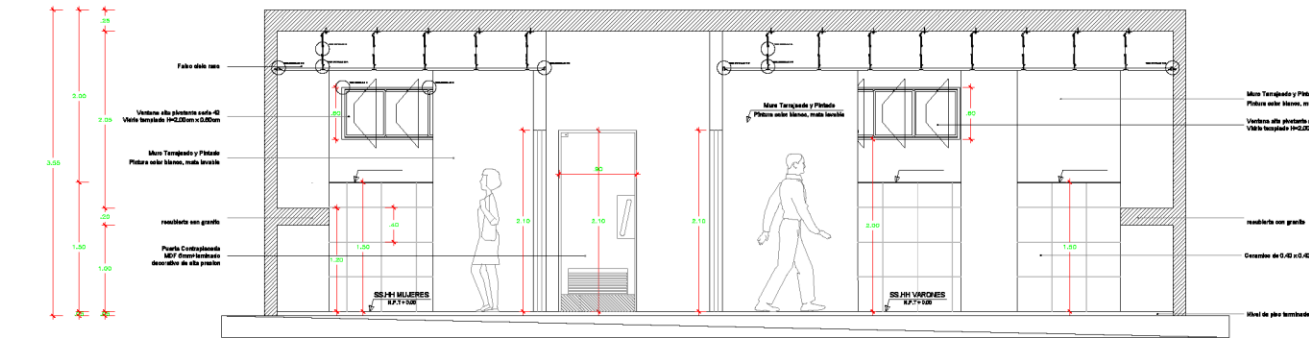
CORTE "A - A"
Escala: 1/30



CORTE "B - B"
Escala: 1/30



CORTE "B - B"
Escala: 1/30



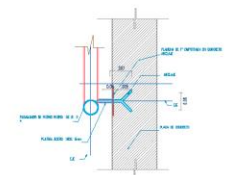
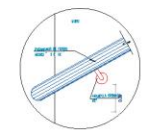
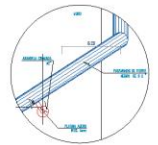
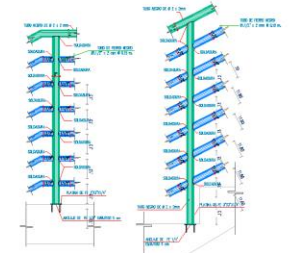
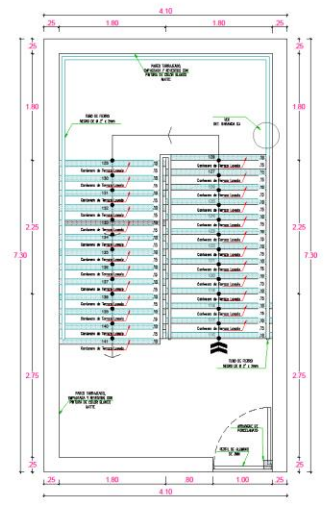
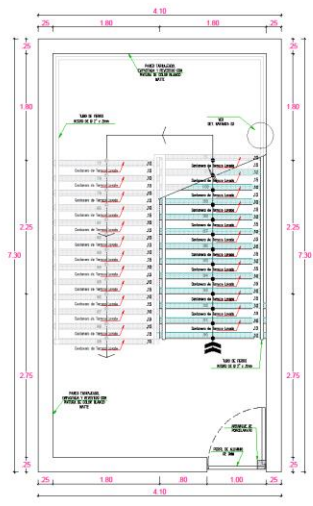
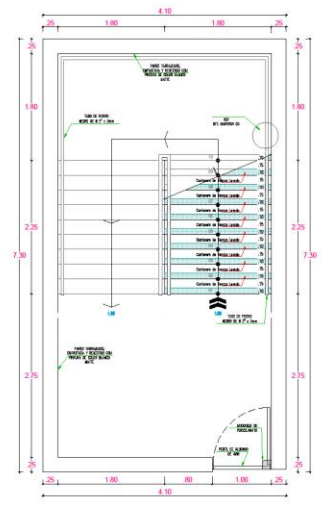
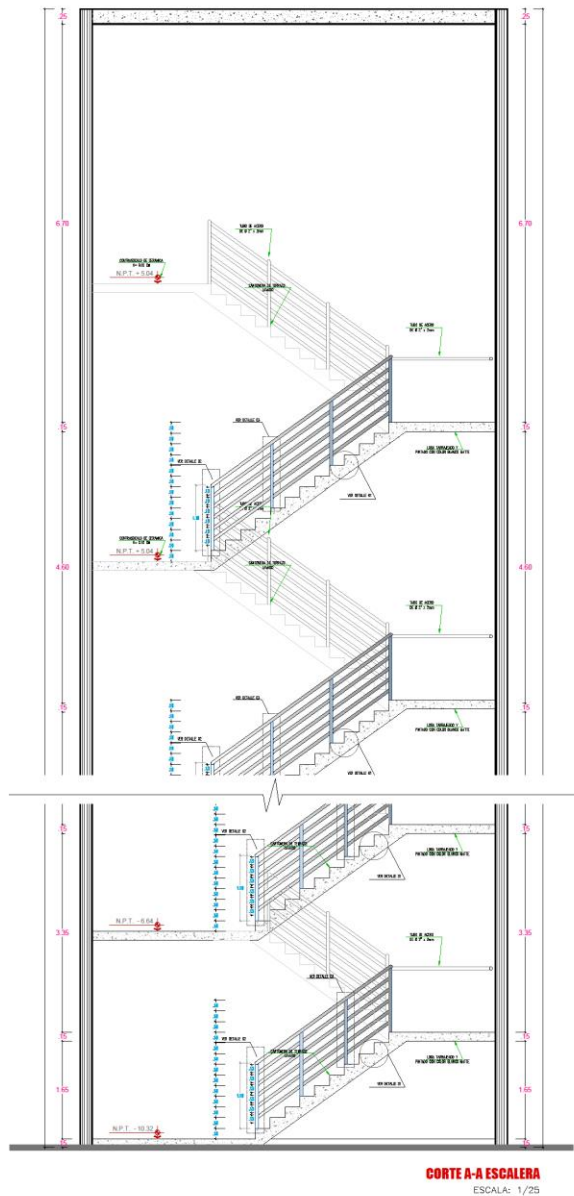
CORTE GENERAL "B - B"
Escala: 1/30

DESCRIPCION	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR	PRECIO
ALUMINIO 6x6	M2	1.00	1.50	1.50
ALUMINIO 10x10	M2	1.00	2.50	2.50
ALUMINIO 15x15	M2	1.00	3.50	3.50
ALUMINIO 20x20	M2	1.00	4.50	4.50
ALUMINIO 25x25	M2	1.00	5.50	5.50
ALUMINIO 30x30	M2	1.00	6.50	6.50
ALUMINIO 35x35	M2	1.00	7.50	7.50
ALUMINIO 40x40	M2	1.00	8.50	8.50
ALUMINIO 45x45	M2	1.00	9.50	9.50
ALUMINIO 50x50	M2	1.00	10.50	10.50
ALUMINIO 55x55	M2	1.00	11.50	11.50
ALUMINIO 60x60	M2	1.00	12.50	12.50
ALUMINIO 65x65	M2	1.00	13.50	13.50
ALUMINIO 70x70	M2	1.00	14.50	14.50
ALUMINIO 75x75	M2	1.00	15.50	15.50
ALUMINIO 80x80	M2	1.00	16.50	16.50
ALUMINIO 85x85	M2	1.00	17.50	17.50
ALUMINIO 90x90	M2	1.00	18.50	18.50
ALUMINIO 95x95	M2	1.00	19.50	19.50
ALUMINIO 100x100	M2	1.00	20.50	20.50

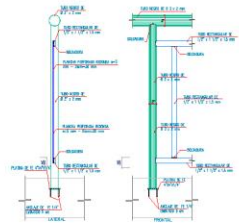
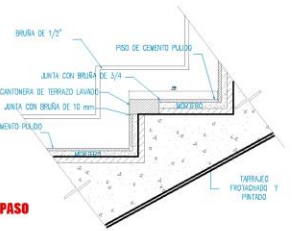
DESCRIPCION	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR	PRECIO
ALUMINIO 6x6	M2	1.00	1.50	1.50
ALUMINIO 10x10	M2	1.00	2.50	2.50
ALUMINIO 15x15	M2	1.00	3.50	3.50
ALUMINIO 20x20	M2	1.00	4.50	4.50
ALUMINIO 25x25	M2	1.00	5.50	5.50
ALUMINIO 30x30	M2	1.00	6.50	6.50
ALUMINIO 35x35	M2	1.00	7.50	7.50
ALUMINIO 40x40	M2	1.00	8.50	8.50
ALUMINIO 45x45	M2	1.00	9.50	9.50
ALUMINIO 50x50	M2	1.00	10.50	10.50
ALUMINIO 55x55	M2	1.00	11.50	11.50
ALUMINIO 60x60	M2	1.00	12.50	12.50
ALUMINIO 65x65	M2	1.00	13.50	13.50
ALUMINIO 70x70	M2	1.00	14.50	14.50
ALUMINIO 75x75	M2	1.00	15.50	15.50
ALUMINIO 80x80	M2	1.00	16.50	16.50
ALUMINIO 85x85	M2	1.00	17.50	17.50
ALUMINIO 90x90	M2	1.00	18.50	18.50
ALUMINIO 95x95	M2	1.00	19.50	19.50
ALUMINIO 100x100	M2	1.00	20.50	20.50

<p>UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO</p> <p>FACULTAD DE ARQUITECTURA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA</p>	<p>TÍTULO DE PROYECTO: DETALE DE SERVICIOS HIGIENIZADOS</p> <p>PROYECTO: DETALE DE SERVICIOS HIGIENIZADOS</p> <p>DEPARTAMENTO: LIMA</p> <p>PROFESOR: ING. JORGE LUIS VESSEL HOLID</p> <p>ESTUDIANTE: AD</p>
	<p>FECHA: NOVIEMBRE 2020</p> <p>PROYECTO: AD</p>

Planos a detalle de las escaleras – SECTOR 1 Y 2



ANCLAJE DE BARANDAS DE TUBO NEGRO EN PASADIZOS DE ø 2" - DETALLE 3 Y 4
ESCALA: 1/10



<p>UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO</p>	<p>HECERADO DE ARQUITECTURA</p>	<p>UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO</p>	
	<p>FACULTAD DE ARQUITECTURA</p>	<p>CENTRO DE INVESTIGACIONES CULTURALES</p>	<p>ARQUITECTURA</p>
	<p>PROFESOR: LUIS GONZALEZ</p>	<p>ALUMNO: LUIS GONZALEZ</p>	<p>DETALLE DE ESCALERAS</p>
	<p>PROFESOR: AD</p>	<p>ALUMNO: AD</p>	<p>875</p>
<p>SECTOR I</p>		<p>2020</p>	
		<p>D-09</p>	

Planos de vanos – SECTOR 1

CUADRO DE VANOS 1

NIVEL	PUERTAS	DIMENSIONES	
		ancho	alto
1 - 7 NIVEL	P1	2.60	2.40
	P2	1.80	2.40
	P3	0.90	2.10
	P4	0.95	2.10
	P5	1.20	2.40
	P6	0.90	2.10
	P7	1.80	2.40
	P8	1.80	2.30
	P9	1.80	2.30
	P10	2.00	2.40
	P11	1.00	2.10
	P12	7.50	3.33
	P13	3.25	3.33
	P14	4.22	3.33
	P15	5.75	3.33
	P16	4.15	3.33
	P17	3.55	3.33
	P18	0.80	2.10

UNIVERSIDAD DE SAN MARTÍN DE PORCES
UNIVERSIDAD DE SAN MARTÍN DE PORCES
UNIVERSIDAD DE SAN MARTÍN DE PORCES

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN
MERCADO DE ABASTECIMIENTO DE ALIMENTOS EN LA LÍNEA METROPOLITANA DE LIMA
CARD: MERCADO HNO S. BARRANCO

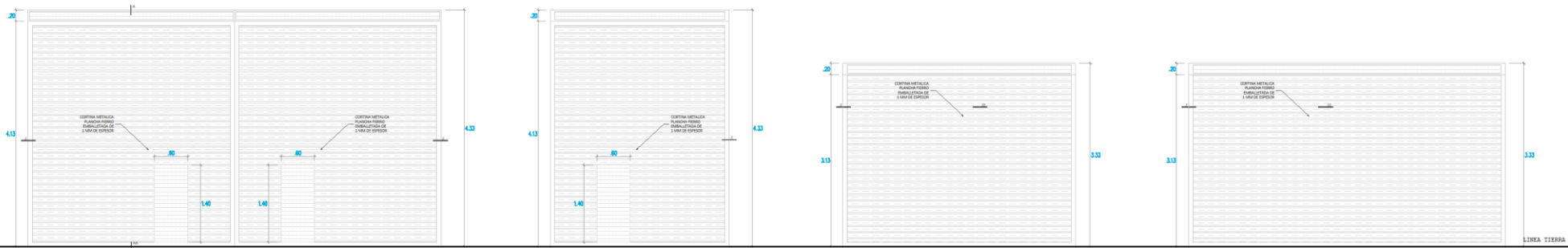
UNIVERSIDAD DE SAN MARTÍN DE PORCES
UNIVERSIDAD DE SAN MARTÍN DE PORCES
UNIVERSIDAD DE SAN MARTÍN DE PORCES

SECTOR I

PLAN DE VANOS

2020

D-02

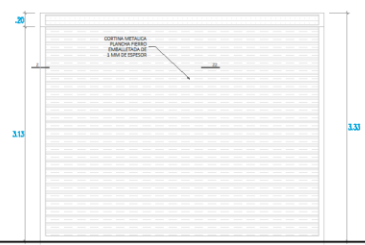


(P12)
 AMBIENTES:
 - INGRESOS PRINCIPALES

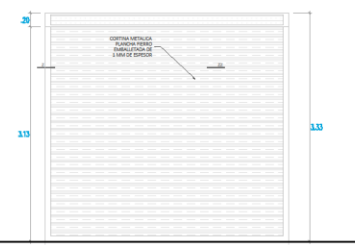
(P13)
 AMBIENTES:
 - INGRESOS PRINCIPALES

(P14)
 AMBIENTES:
 - LOCALES COMERCIALES

(P15)
 AMBIENTES:
 - LOCALES COMERCIALES



(P16)
 AMBIENTES:
 - LOCALES COMERCIALES



(P17)
 AMBIENTES:
 - LOCALES COMERCIALES



CUADRO DE VANOS 1

NIVEL	PUERTAS	DIMENSIONES	
		ancho	alto
1 - 7 NIVEL	P1	2.60	2.40
	P2	1.80	2.40
	P3	0.90	2.10
	P4	0.95	2.10
	P5	1.20	2.40
	P6	0.90	2.10
	P7	1.80	2.40
	P8	1.80	2.30
	P9	1.80	2.30
	P10	2.00	2.40
	P11	1.00	2.10
	P12	7.50	3.33
	P13	3.25	3.33
	P14	4.22	3.33
	P15	5.75	3.33
	P16	4.15	3.33
	P17	3.55	3.33

UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO

FACULTAD DE ARQUITECTURA
 ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

SECTOR I
 AV. SAN JUAN DE LIMA

PROYECTO: MERCADO DE ABASTOS COMO DINAMIZADOR DEL TURISMO DE GASTRONOMIA EN LIMA METROPOLITANA 2015
 DADO: MERCADO PRO D BARRANCO

PROFESOR: GENTRO GASTRONOMIA CULTURAL

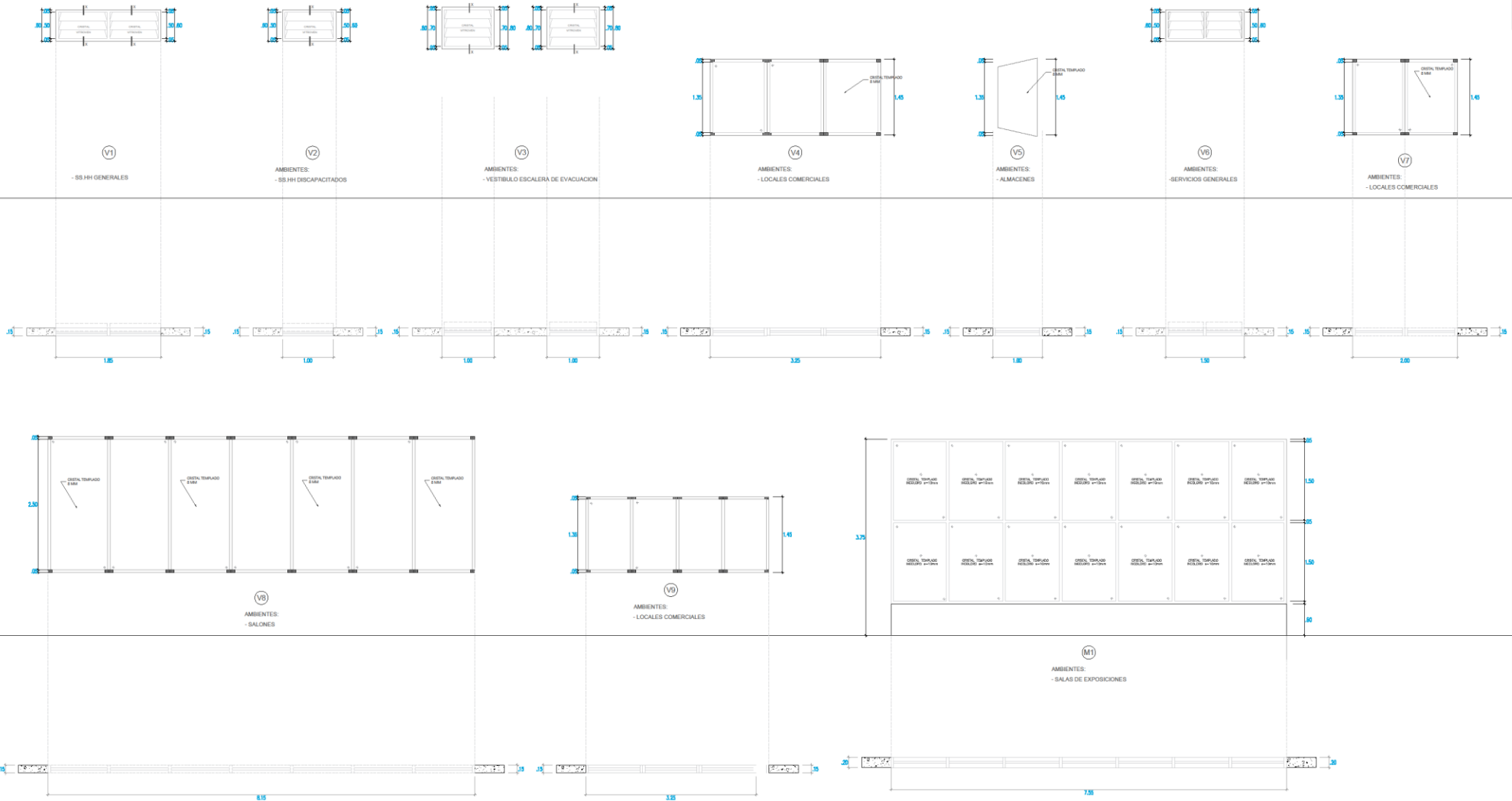
DEPARTAMENTO: LIMA
 REGIONAL: BARRANCO

ESPECIALIDAD: ARQUITECTURA

TÍTULO: PLAN DE VANOS
 VANDOS (PUERTAS)

FECHA: 1/25
 AÑO: 2020

BOLETA DE LAMINA: D-03
 A0



**CUADRO DE VANOS 2
(VENTANAS)**

NIVEL	VENTANA	DIMENSIONES		
		ancho	alto	alfeizer
1 - 7 NIVEL	V1	1.85	0.60	2.70
	V2	1.00	0.60	2.70
	V3	1.00	0.60	2.70
	V4	3.25	1.45	1.20
	V5	1.00	1.45	1.20
	V6	1.50	0.60	2.70
	V7	2.00	2.45	1.20
	V8	8.15	2.45	1.20
	V9	3.25	2.45	1.20

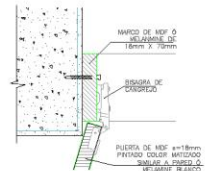
**CUADRO DE VANOS 2
(MAMPARAS)**

NIVEL	PUERTAS	DIMENSIONES	
		ancho	alto
1 - 7 NIVEL	M1	7.55	3.15

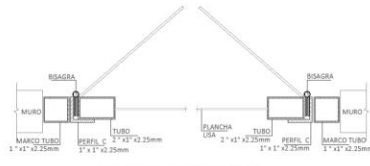
<p>UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO</p>	TÍTULO DE PROYECTO INVESTIGACIÓN:		ESPECIALIDAD:
	<p>MERCADO DE ABASTOS COMO DINAMIZADOR DEL TURISMO GASTRONÓMICO EN LIMA DEL DEPARTAMENTO DE CASHI: MERCADO NRO 2, BARRANCO</p>		ARQUITECTURA
	TÍTULO DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN:		PLANO DE VANOS
	<p>UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO</p>		DEPARTAMENTO: BARRANCO
FACULTAD DE ARQUITECTURA	ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA	LIMA	UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO
		FECHA: 2020	BOLETÍN DE VANDOS
<p>SECTOR I</p>		FECHA: 2020	D-04
<p>PROFESOR:</p>		FECHA: 2020	BOLETÍN DE VANDOS
<p>PROFESOR:</p>		FECHA: 2020	BOLETÍN DE VANDOS

SECTOR I

PROYECTO DE ARQUITECTURA
PLANO DE DETALLES CONSTRUCTIVOS VANOS
ESC: INDICADAS



DETALLE C-CC
ESC: 1/2,5



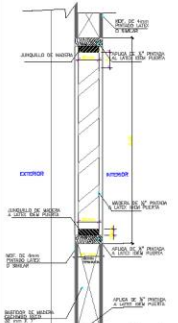
SECCION HORIZONTAL B-BB
ESC 1:10



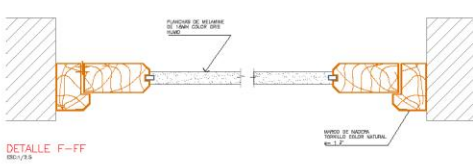
DETALLE D
ESC: 1/2,5



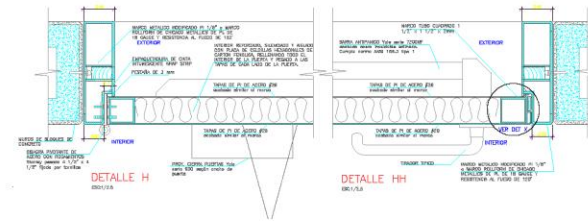
DETALLE DD
ESC: 1/2,5



DETALLE E
ESC: 1/2,5

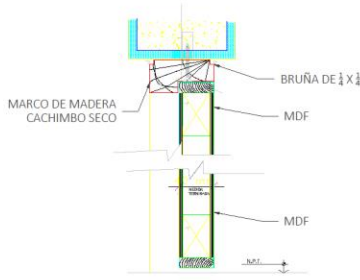


DETALLE F-FF
ESC: 1/2,5

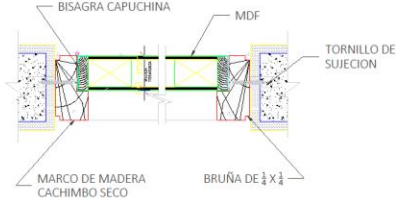


DETALLE H
ESC: 1/2,5

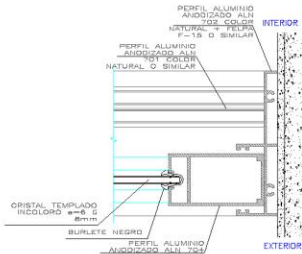
DETALLE HH
ESC: 1/2,5



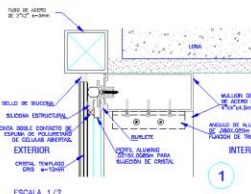
DETALLE I-II
ESC 1:2/5



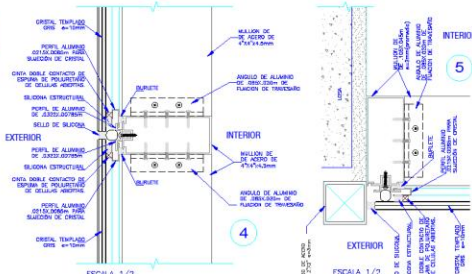
DETALLE H-HH
ESC 1:2/5



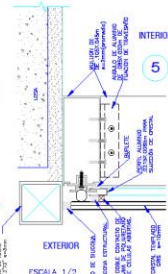
DETALLE L
ESC: 1/2,5



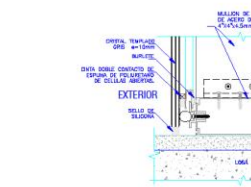
ESCALA 1/2



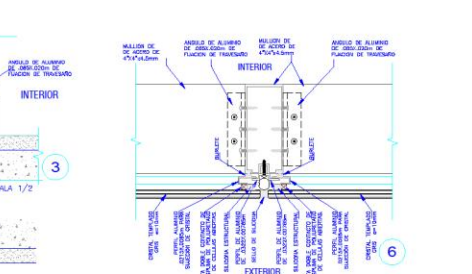
ESCALA 1/2



ESCALA 1/2



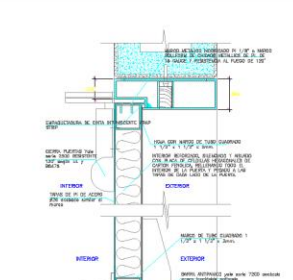
ESCALA 1/2



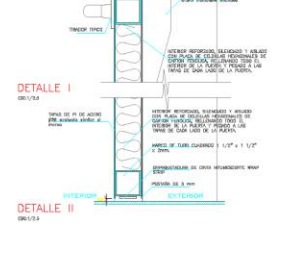
ESCALA 1/2



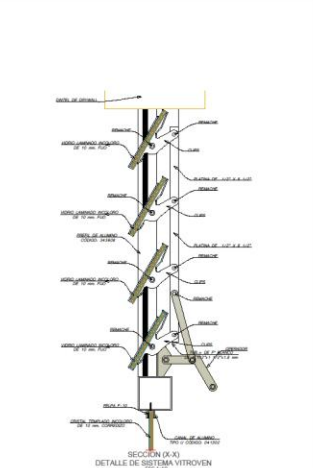
ESCALA 1/2



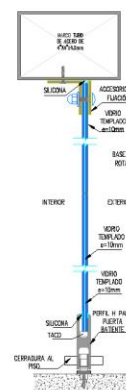
DETALLE I
ESC: 1/2,5



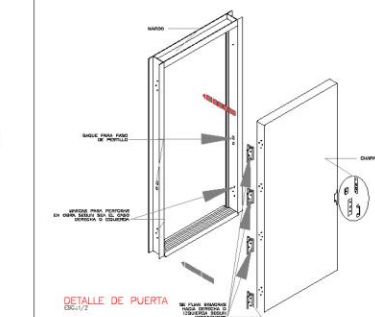
DETALLE II
ESC: 1/2,5



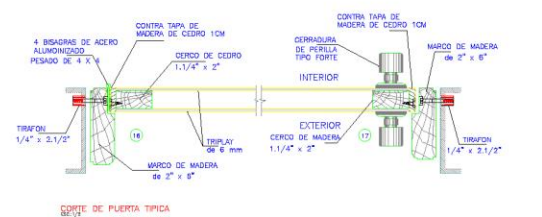
SECCION O-X
DETALLE DE SISTEMA VITROVEN
ESC: 1/2,5



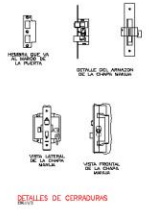
DETALLE K-KK
ESC: 1/2,5



DETALLE DE PUERTA
ESC: 1/2,5



CORTE DE PUERTA TIPICA
ESC: 1/2



DETALLES DE CORRAJES

<p>UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO</p>	TÍTULO DE PROYECTO: MERCADO DE ABASTOS COMO DINAMIZADOR DEL TURISMO GASTRONÓMICO EN LIMA METROPOLITANA, SOLO CABE MERCADO NEG. 2, BARRIO	
	TÍTULO DE PROYECTO AMBITO:	ARQUITECTURA
	FACULTAD DE:	PLANOS DE VANOS
	ESCUELA PROFESIONAL DE:	DETALLES CONSTRUCTIVOS
<p>SECTOR I</p>	UNIVERSIDAD: UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO	PROFESOR: ANDRÉS LUIS TORRES PALMO
	DEPARTAMENTO: PROYECTIVA DE ARQUITECTURA	ESTUDIANTE: ANDRÉS LUIS TORRES PALMO
	DIPTIMO: INDICADA	FECHA: 2020
	PROYECTO: AD	FECHA: 2020

D-05

Planos de vanos – SECTOR 2

AMBIENTES:
 P1: INGRESOS LOCALES COMERCIALES
 P2: CUARTOS DE LIMPIEZA, SS IH, CAMERINOS
 P3: SS IH DISCAPACITADOS
 P4: SS IH INDEPENDIENTES
 P5: ESCALERA DE EVACUACION
 P6: ALMACENES, MANTENIMIENTO, TOPICO
 P7: INGRESOS PRINCIPALES, SALONES, INGRESO SALA MULTUSOS
 P8: INGRESOS SALONES
 P9: INGRESOS PRINCIPALES
 P10: INGRESOS PRINCIPALES
 P11: LOCALES COMERCIALES

CUADRO DE VANOS 2 (PUERTAS)

NIVEL	PUERTAS	DIMENSIONES	
		ancho	alto
1 - 7 NIVEL	P1	0.80	0.90
	P2	0.80	2.10
	P3	0.90	2.10
	P4	0.95	2.10
	P5	1.20	2.40
	P6	0.90	2.10
	P7	2.60	2.40
	P8	1.80	2.30
	P9	7.50	4.33
	P10	3.25	4.33
	P11	2.60	3.33

SECTOR II

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
 FACULTAD DE INGENIERIA Y ARQUITECTURA
 ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

PROYECTO: MERCADO DE SAN CARLOS COMO DISEÑADOR DEL ESPACIO EXTERNO DEL MERCADO DE SAN CARLOS Y DEL MERCADO HNO S. BARRANDÓ

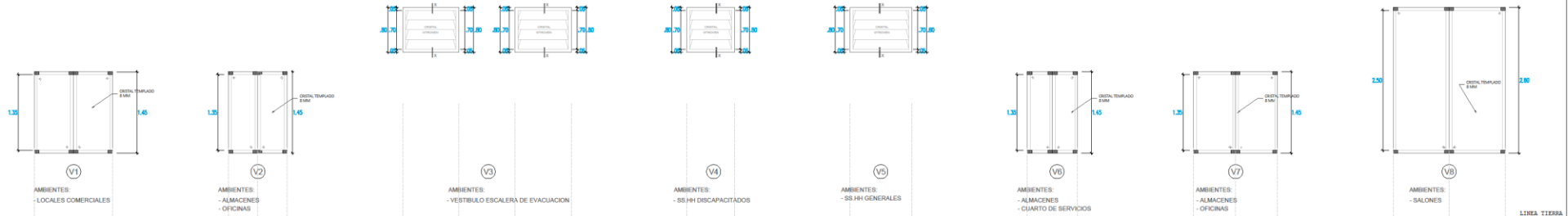
PROFESOR: DR. JOSE LUIS VERGEL HELG

ESTUDIANTE: DANIELA MARCELA AGUIRRE, MARCELA LUCIA GARCIA, DANIELA VERGEL HELG

FECHA: 1-25-2020

FECHA DE ENTREGA: 0-06

ESCALA: AD



**CUADRO DE VANOS 2
(VENTANAS)**

NIVEL	VENTANA	DIMENSIONES		
		ancho	alto	alfeizer
1 - 7 NIVEL	V1	1.40	1.45	1.20
	V2	1.05	1.45	1.20
	V3	1.00	0.80	2.70
	V4	0.85	0.80	2.70
	V5	1.10	0.80	2.70
	V6	0.90	1.45	1.20
	V7	1.50	1.45	1.20
	V8	2.00	2.45	1.20
	V9	1.50	2.45	1.20

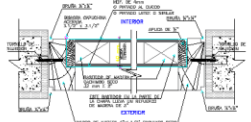
**CUADRO DE VANOS 2
(MAMPARAS)**

NIVEL	PUERTAS	DIMENSIONES	
		ancho	alto
1 - 7 NIVEL	M1	3.00	3.15
	M2	14.70	3.15
	M3	3.35	3.15

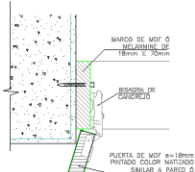
<p>UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO</p>	<p>TÍTULO DE PROYECTO: RECONSTRUCCIÓN: MERCADO DE ABASTOS COMO DINAMIZADOR DEL TURISMO GASTRONÓMICO EN LIMA METROPOLITANA, S.O.19 DASO MERCADO VEG. S. BARRANCO</p>		<p>ESPECIALIDAD: ARQUITECTURA</p>
	<p>TÍTULO DE PROYECTO AMBIENTADO: CENTRO GASTRONÓMICO CULTURAL</p>		<p>PLANO: PLANO DE VANOS</p>
<p>FACULTAD DE ARQUITECTURA</p> <p>ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA</p>	<p>DEPARTAMENTO: LIMA</p> <p>PROVINCIA: LIMA</p> <p>DISTRITO: BARRANCO</p>	<p>PROYECTADO POR: ANDRÉS VÁSQUEZ VÁSQUEZ</p>	<p>REVISADO POR: ANDRÉS VÁSQUEZ VÁSQUEZ</p>
<p>SECTOR II DISTRITO DE LIMA</p>	<p>FECHA: 1/25</p> <p>ESCALA: 1/25</p> <p>FECHA DE EMISIÓN: 2020</p> <p>PROYECTO: AD</p>		<p>D-07</p>

SECTOR II

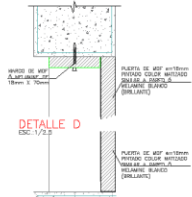
PROYECTO DE ARQUITECTURA
PLANO DE DETALLES CONSTRUCTIVOS VANGOS
ESC: INDICADAS



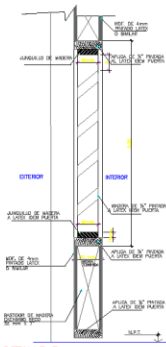
DETALLE A ESC:1/4



DETALLE C--CC ESC:1/2,3



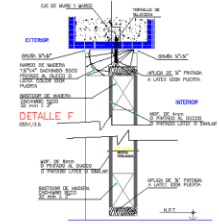
DETALLE DD ESC:1/2,3



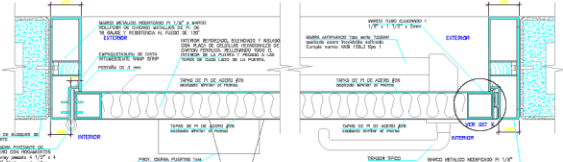
DETALLE E ESC:1/3,5



DETALLE F--FF ESC:1/3

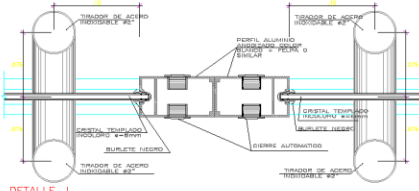


DETALLE FF ESC:1/3

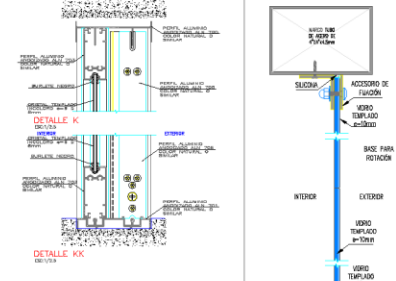


DETALLE H ESC:1/3

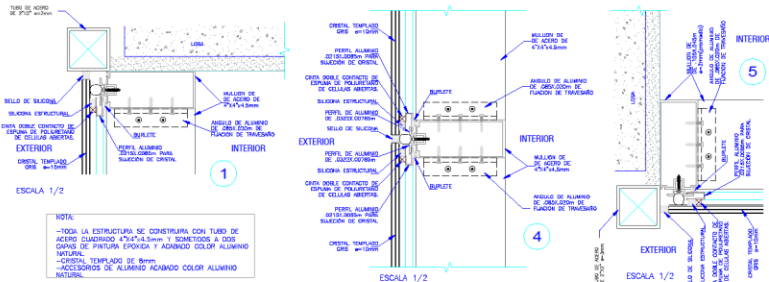
DETALLE HH ESC:1/3



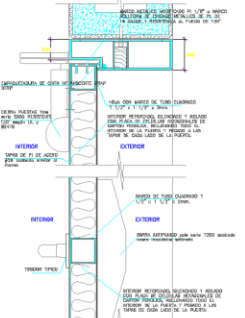
DETALLE J ESC:1/3,5



DETALLE KK ESC:1/3

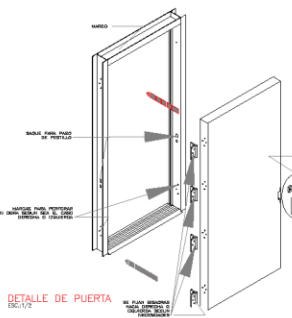
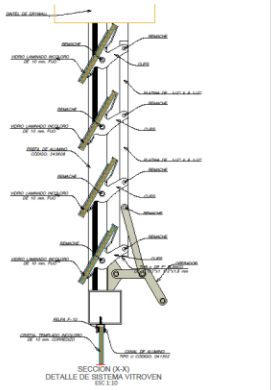


NOTA:
-TODA LA ESTRUCTURA SE CONSTRUYA CON TUBO DE ACERO CUADRADO 4"x4"x1/8" y SOMBRINOS A UNO CORRAL DE FANTASIA 4"x4"x1/8" Y ACCESORIOS DE ALUMINIO ANODADO COLOR ALUMINIO NATURAL.
-CRISTAL TEMPORADO SUPLETE NEGRO.
-ACCESORIOS DE ALUMINIO ANODADO COLOR ALUMINIO NATURAL.

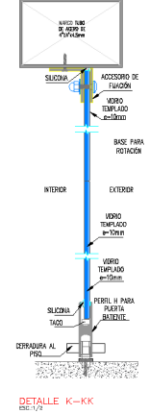


DETALLE I ESC:1/3

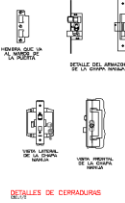
DETALLE II ESC:1/3



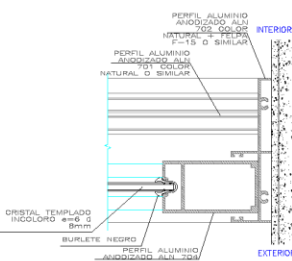
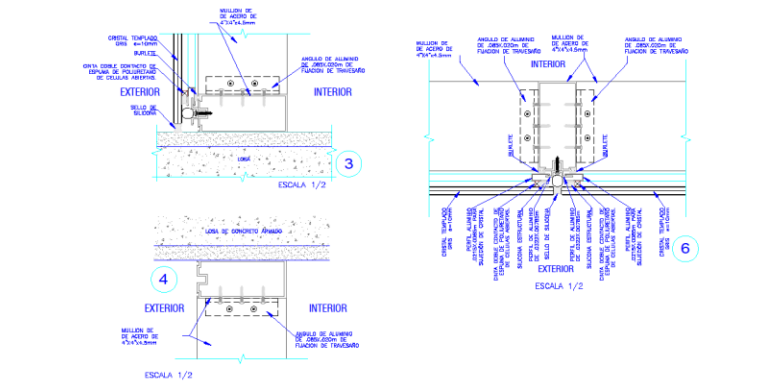
DETALLE DE PUERTA ESC:1/3



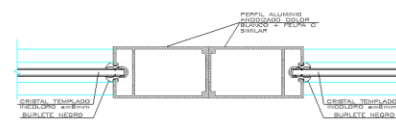
DETALLE K--KK ESC:1/2



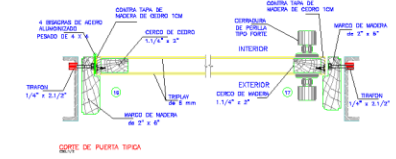
DETALLES DE CERRAJES



DETALLE L ESC:1/2,5



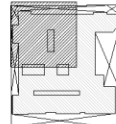
DETALLE LL ESC:1/2,5



CRISTAL DE PUERTA TIPO ESC:1/2

<p>UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO</p> <p>FACULTAD DE ARQUITECTURA</p> <p>ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA</p>	<p>TÍTULO DE PROMOTOR ORGANIZACIÓN:</p> <p>MERCADO DE ABASTOS SOMB GASTRONÓMICO DEL TURIISMO GASTRONÓMICO EN LIMA METROPOLITANA, S.S 19 SARGO MERCADO ANDO D. BARBAÑO</p>	<p>PROYECTO DE PROMOTOR ORGANIZACIÓN:</p> <p>CENTRO GASTRONÓMICO CULTURAL</p>	<p>PROYECTO DE PROMOTOR ORGANIZACIÓN:</p> <p>ARQUITECTURA</p>	
	<p>FACULTAD DE ARQUITECTURA</p> <p>PROFESOR:</p> <p>ING. JORGE LUIS VERA, M.D.</p>	<p>PROYECTO DE PROMOTOR ORGANIZACIÓN:</p> <p>ING. LUIS BARBAÑO</p>	<p>PROYECTO DE PROMOTOR ORGANIZACIÓN:</p> <p>ING. JORGE LUIS VERA, M.D.</p>	<p>PROYECTO DE PROMOTOR ORGANIZACIÓN:</p> <p>ING. JORGE LUIS VERA, M.D.</p>
	<p>PROYECTO DE PROMOTOR ORGANIZACIÓN:</p> <p>ING. JORGE LUIS VERA, M.D.</p>	<p>PROYECTO DE PROMOTOR ORGANIZACIÓN:</p> <p>ING. LUIS BARBAÑO</p>	<p>PROYECTO DE PROMOTOR ORGANIZACIÓN:</p> <p>ING. JORGE LUIS VERA, M.D.</p>	<p>PROYECTO DE PROMOTOR ORGANIZACIÓN:</p> <p>ING. JORGE LUIS VERA, M.D.</p>
	<p>PROYECTO DE PROMOTOR ORGANIZACIÓN:</p> <p>ING. JORGE LUIS VERA, M.D.</p>	<p>PROYECTO DE PROMOTOR ORGANIZACIÓN:</p> <p>ING. LUIS BARBAÑO</p>	<p>PROYECTO DE PROMOTOR ORGANIZACIÓN:</p> <p>ING. JORGE LUIS VERA, M.D.</p>	<p>PROYECTO DE PROMOTOR ORGANIZACIÓN:</p> <p>ING. JORGE LUIS VERA, M.D.</p>

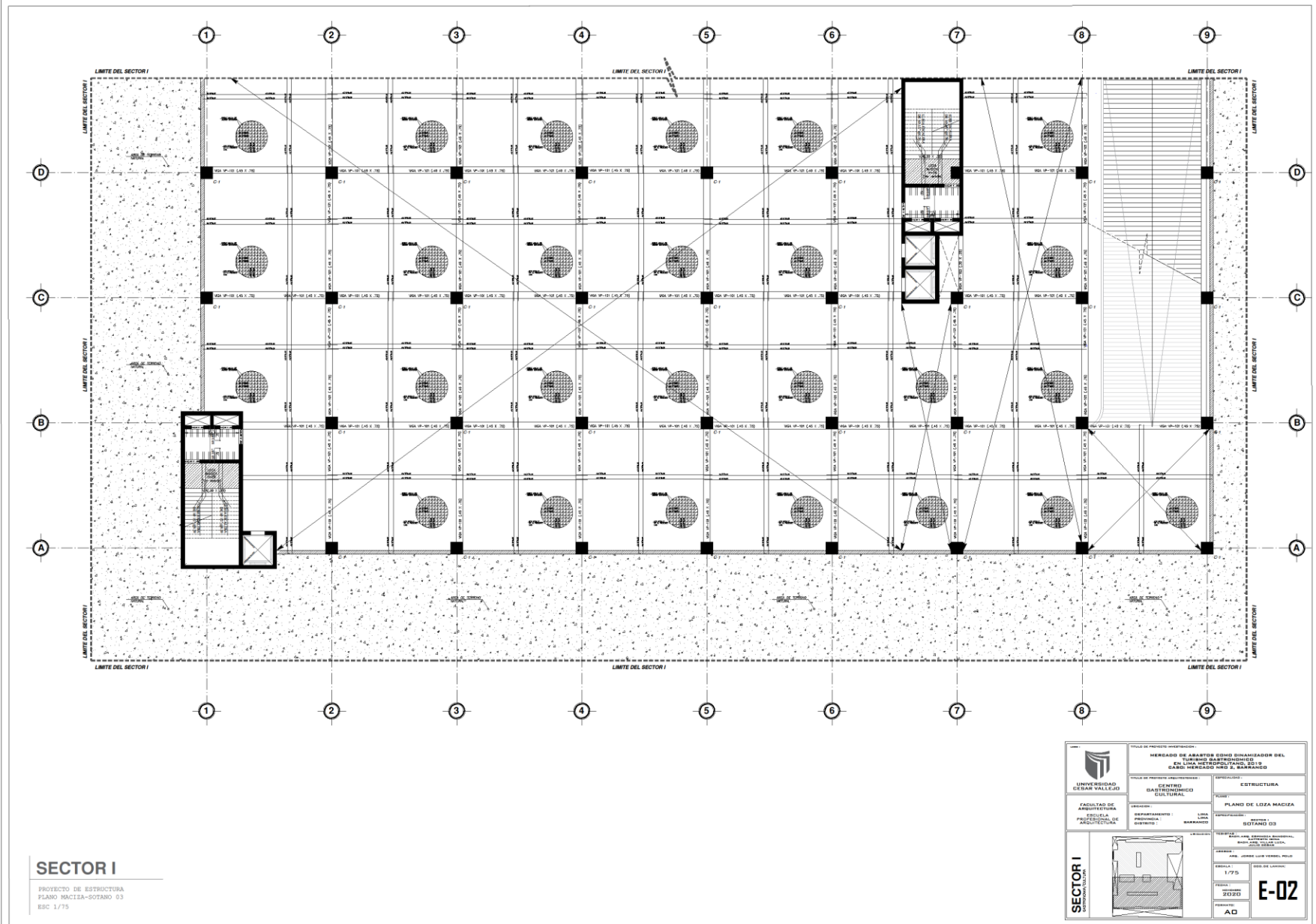
SECTOR II

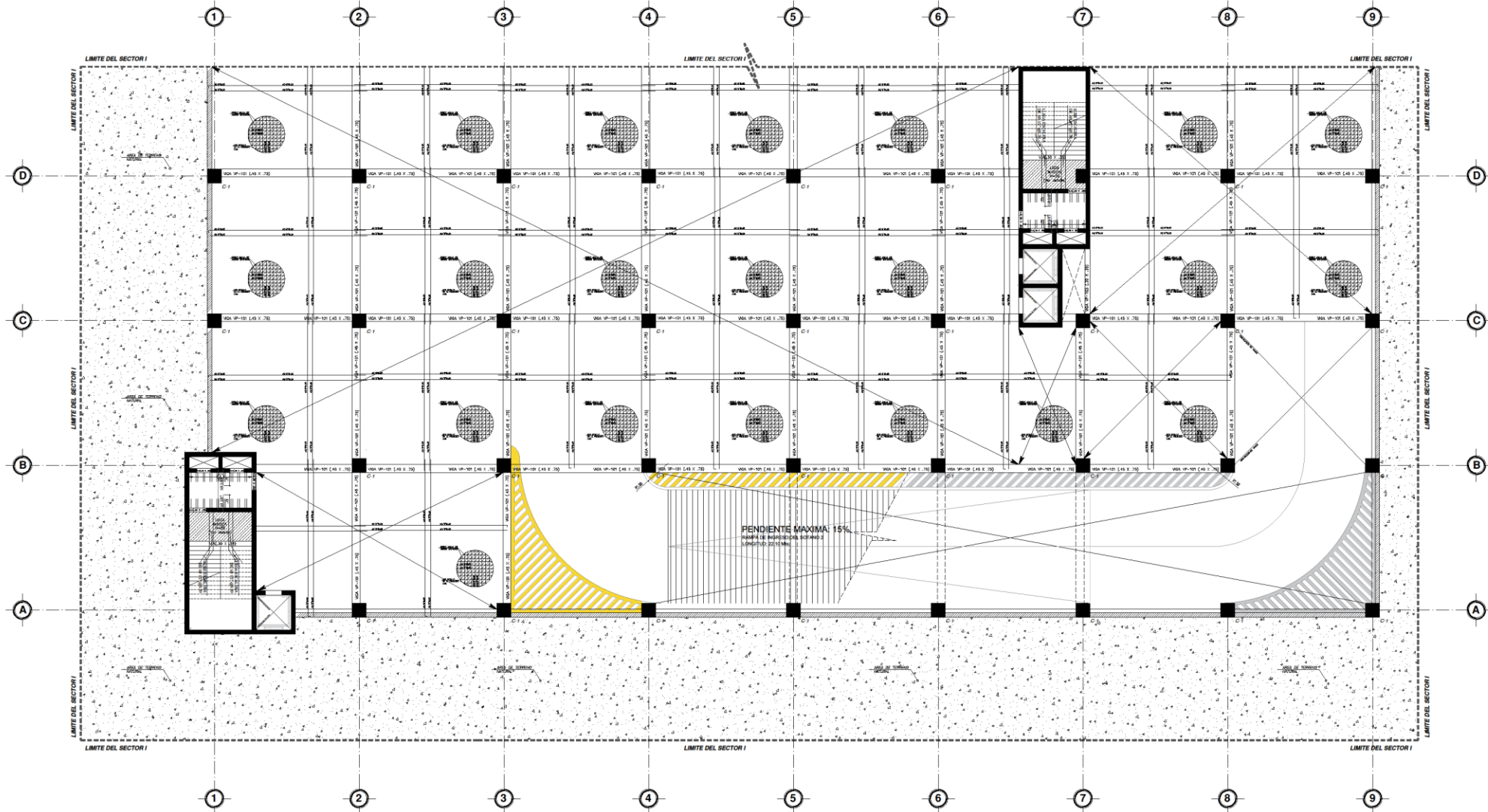


1/25
2020
AD
D-08

INGENIERÍA DEL PROYECTO

Planos de Diseño Estructural (techos) – a nivel de pre dimensionamiento – SECTOR 1

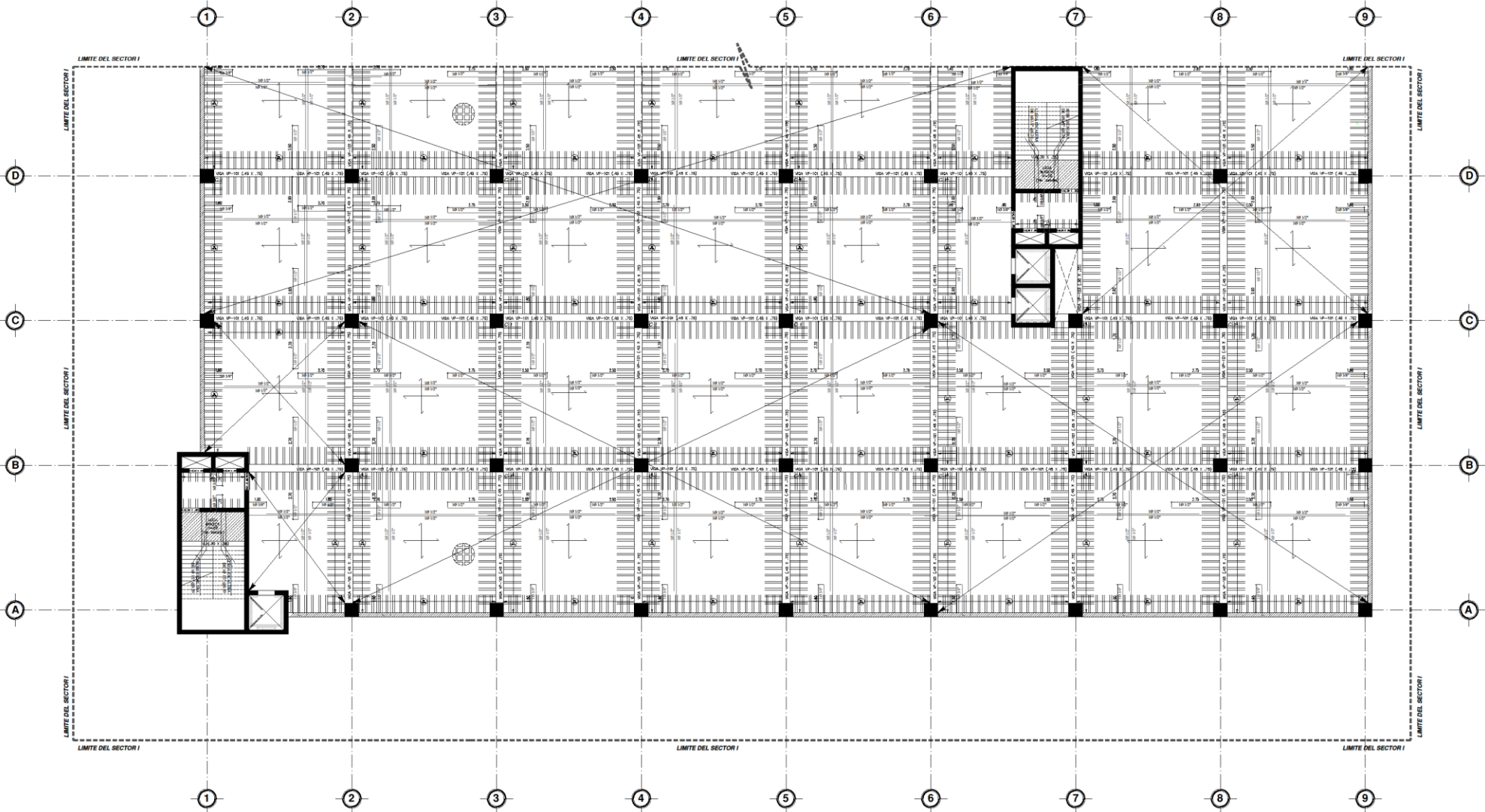




SECTOR I


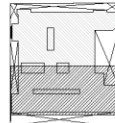
PROYECTO DE ESTRUCTURA
 PLANO LOSA MACIZA-SOTANO 02
 ESC 1/75

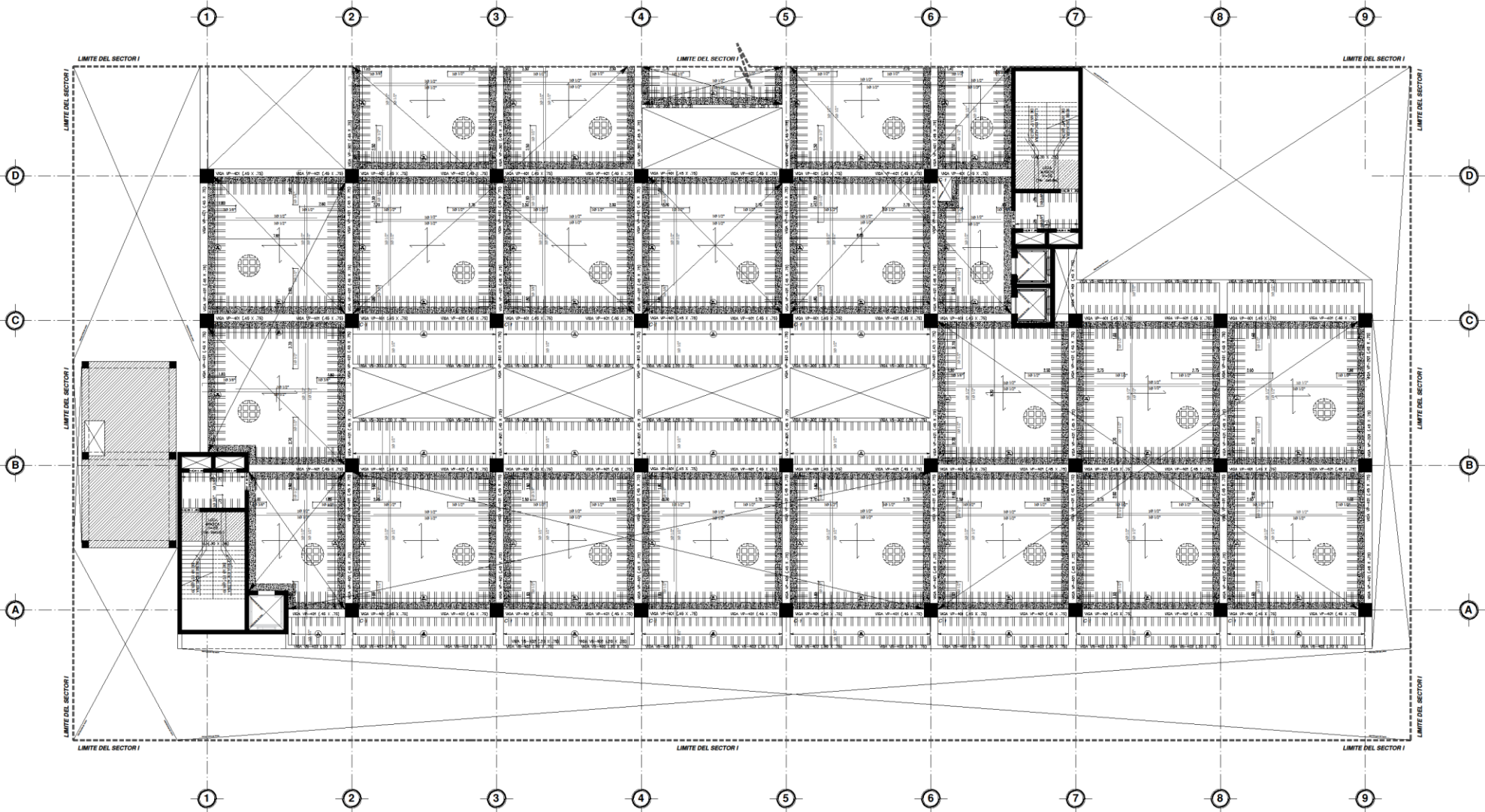
 UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO	TÍTULO DE PROYECTO: MERCADO DE ABASTOS COMO DINAMIZADOR DEL TURISMO GASTRONÓMICO EN LIMA METROPOLITANA, S.O.19 CABO MERCADO NRO 2, BARRANCO		
	TÍTULO DE PROYECTO: CENTRO GASTRONÓMICO CULTURAL	ESTRUCTURA	
FACULTAD DE ARQUITECTURA ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA	PROFESOR: LUIS LIMA DEPARTAMENTO: LIMA PROVINCIA: BARRANCO	PLANO DE LOSA MACIZA SOTANO 02	
SECTOR I ESTRUCTURA	TÍTULO DE PROYECTO: MERCADO DE ABASTOS COMO DINAMIZADOR DEL TURISMO GASTRONÓMICO EN LIMA METROPOLITANA, S.O.19 CABO MERCADO NRO 2, BARRANCO	TÍTULO DE PROYECTO: CENTRO GASTRONÓMICO CULTURAL	
	TÍTULO DE PROYECTO: MERCADO DE ABASTOS COMO DINAMIZADOR DEL TURISMO GASTRONÓMICO EN LIMA METROPOLITANA, S.O.19 CABO MERCADO NRO 2, BARRANCO	TÍTULO DE PROYECTO: CENTRO GASTRONÓMICO CULTURAL	
	TÍTULO DE PROYECTO: MERCADO DE ABASTOS COMO DINAMIZADOR DEL TURISMO GASTRONÓMICO EN LIMA METROPOLITANA, S.O.19 CABO MERCADO NRO 2, BARRANCO	TÍTULO DE PROYECTO: CENTRO GASTRONÓMICO CULTURAL	
ESCALA: 1/75	EBO DE LANTOS: E-03		
FECHA: 2020	PROYECTO: AD		



SECTOR I


PROYECTO DE ESTRUCTURA
 PLANO ALIGERADO-SOTANO 01
 ESC 1/75

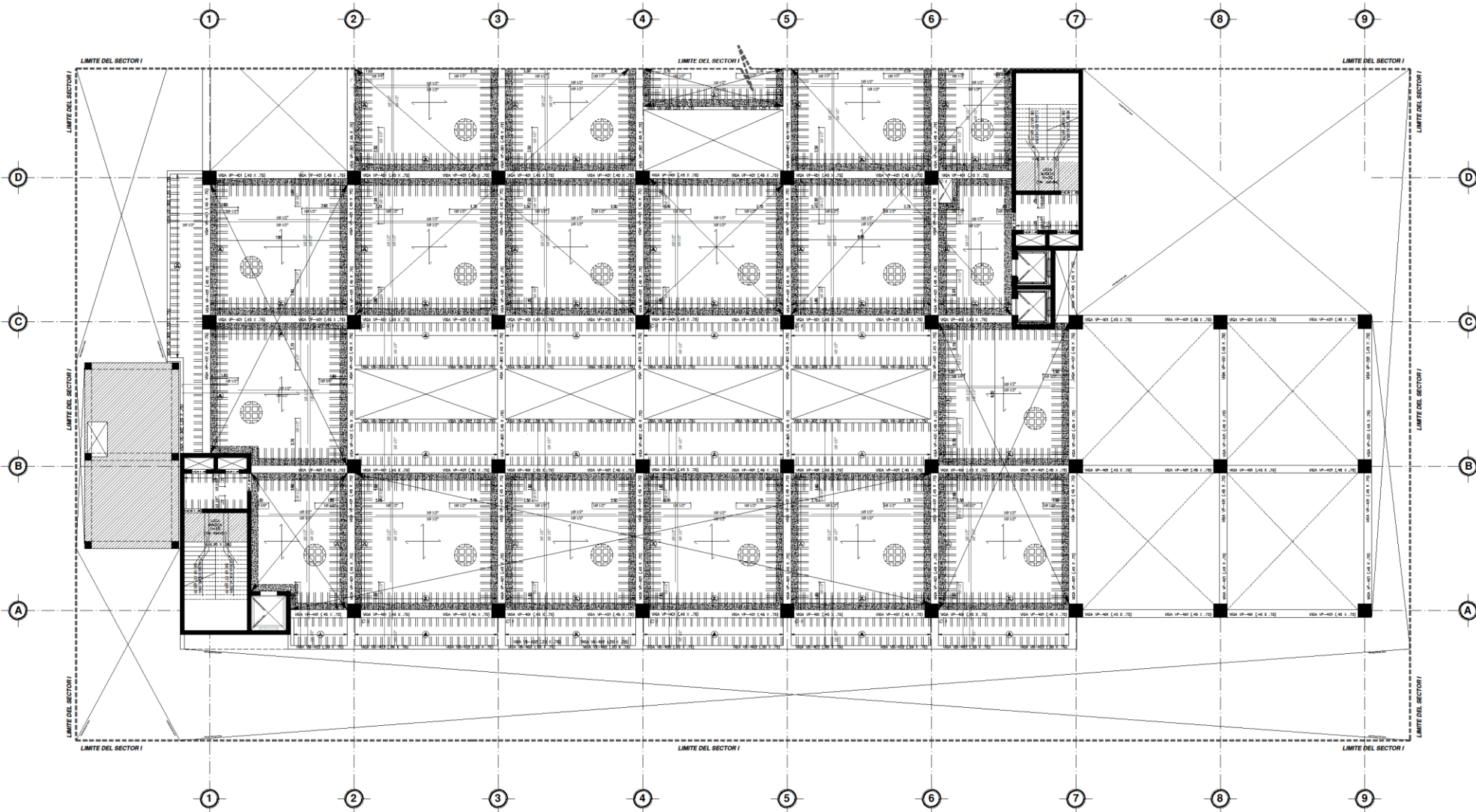
 UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO	TÍTULO DE PROYECTO: MERCADO DE ABASTOS COMO DINAMIZADOR DEL TURISMO GASTRONÓMICO EN LIMA METROPOLITANA, S.O.19 CABO MERCADO HRD 2, BARRANCO	
	TÍTULO DE PROYECTO: CENTRO GASTRONÓMICO CULTURAL	ESTRUCTURA
FACULTAD DE ARQUITECTURA ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA	UBICACIÓN: LIMA DEPARTAMENTO: LIMA PROVINCIA: LIMA DISTRITO: BARRANCO	PLANOS: PLANO DE LOZA MACIZA ESTRUCTURAS: SOTANO 01
SECTOR I ESTRUCTURAL	TÍTULO DE PROYECTO: 	TÍTULO DE PROYECTO: MERCADO DE ABASTOS COMO DINAMIZADOR DEL TURISMO GASTRONÓMICO EN LIMA METROPOLITANA, S.O.19 CABO MERCADO HRD 2, BARRANCO
	AUTOR: ING. JOSE LUIS VESPA DELgado	TÍTULO DE PROYECTO: MERCADO DE ABASTOS COMO DINAMIZADOR DEL TURISMO GASTRONÓMICO EN LIMA METROPOLITANA, S.O.19 CABO MERCADO HRD 2, BARRANCO
	ESCALA: 1/75 FECHA: 2020 PROYECTO: AD	E-04



SECTOR I



PROYECTO DE ESTRUCTURA
 PLANO ALIGERADO-PRIMER PISO
 ESC 1/75

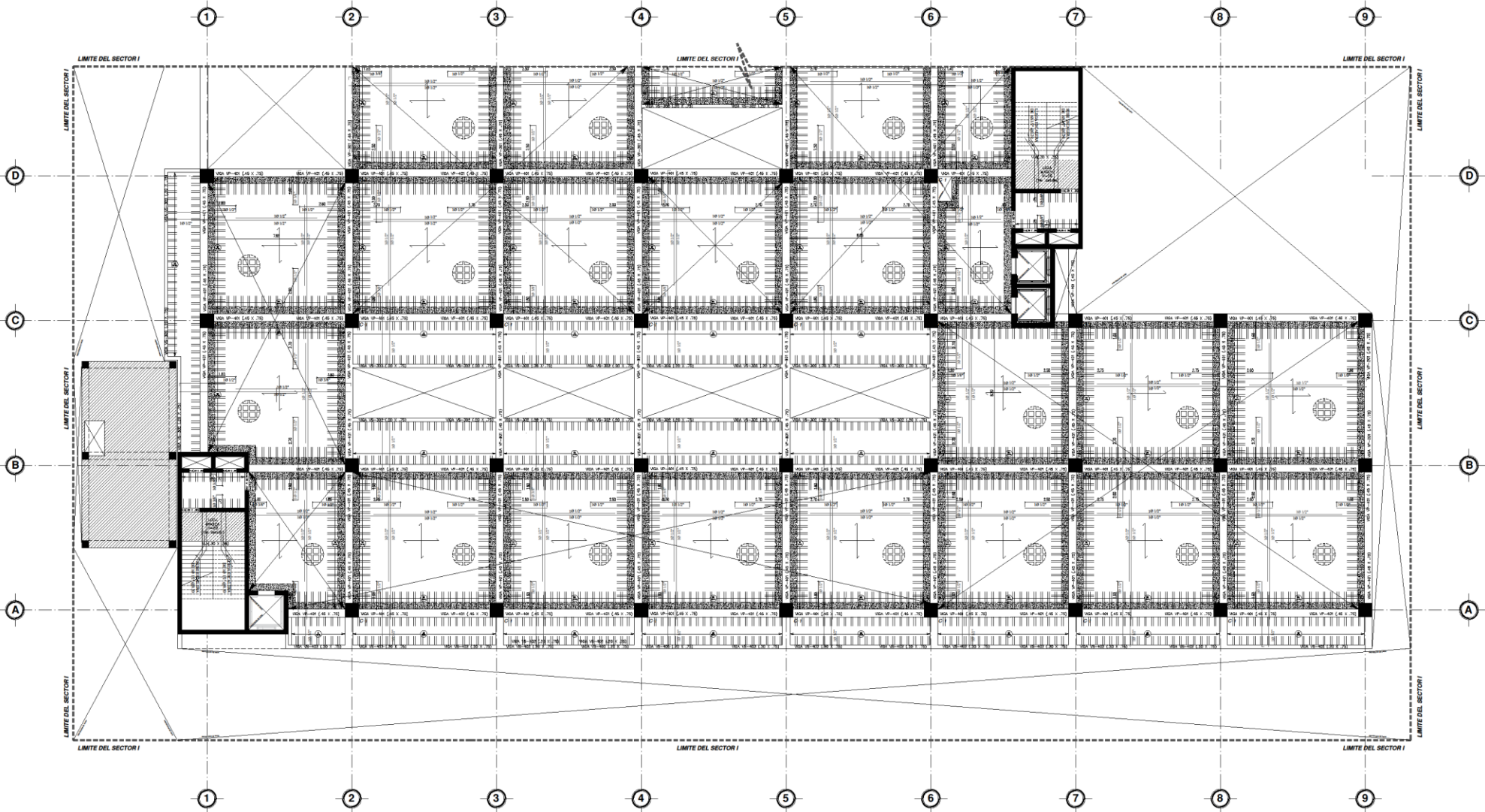
 UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO FACULTAD DE ARQUITECTURA ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA	TÍTULO DE PROYECTO: MERCADO DE ABASTOS COMO DINAMIZADOR DEL TURISMO GASTRONÓMICO EN LIMA METROPOLITANA, S.O.19 CABO MERCADO NRO 2, BARRANCO		ESTRUCTURA
	TÍTULO DE PROYECTO: CENTRO GASTRONÓMICO CULTURAL		PLANO DE ALIGERADOS (CABLES DE ENTOS)
UBICACIÓN: DEPARTAMENTO: LIMA PROVINCIA: LIMA DISTRITO: BARRANCO	SERVICIO: PROYECTO DE ARQUITECTURA		PRIMERA FASE PRIMER PISO
SECTOR I ESTRUCTURA	TÍTULO DE PROYECTO: MERCADO DE ABASTOS COMO DINAMIZADOR DEL TURISMO GASTRONÓMICO EN LIMA METROPOLITANA, S.O.19 CABO MERCADO NRO 2, BARRANCO		TÍTULO DE PROYECTO: MERCADO DE ABASTOS COMO DINAMIZADOR DEL TURISMO GASTRONÓMICO EN LIMA METROPOLITANA, S.O.19 CABO MERCADO NRO 2, BARRANCO
	SERVICIO: PROYECTO DE ARQUITECTURA		SERVICIO: PROYECTO DE ARQUITECTURA
	TÍTULO DE PROYECTO: MERCADO DE ABASTOS COMO DINAMIZADOR DEL TURISMO GASTRONÓMICO EN LIMA METROPOLITANA, S.O.19 CABO MERCADO NRO 2, BARRANCO		TÍTULO DE PROYECTO: MERCADO DE ABASTOS COMO DINAMIZADOR DEL TURISMO GASTRONÓMICO EN LIMA METROPOLITANA, S.O.19 CABO MERCADO NRO 2, BARRANCO
ESCALA: 1/75	FECHA: 2020	PROYECTADO: AD	E-05



SECTOR I

PROYECTO DE ESTRUCTURA
 PLANO ALIGERADO-SEGUNDO PISO
 ESC 1/75

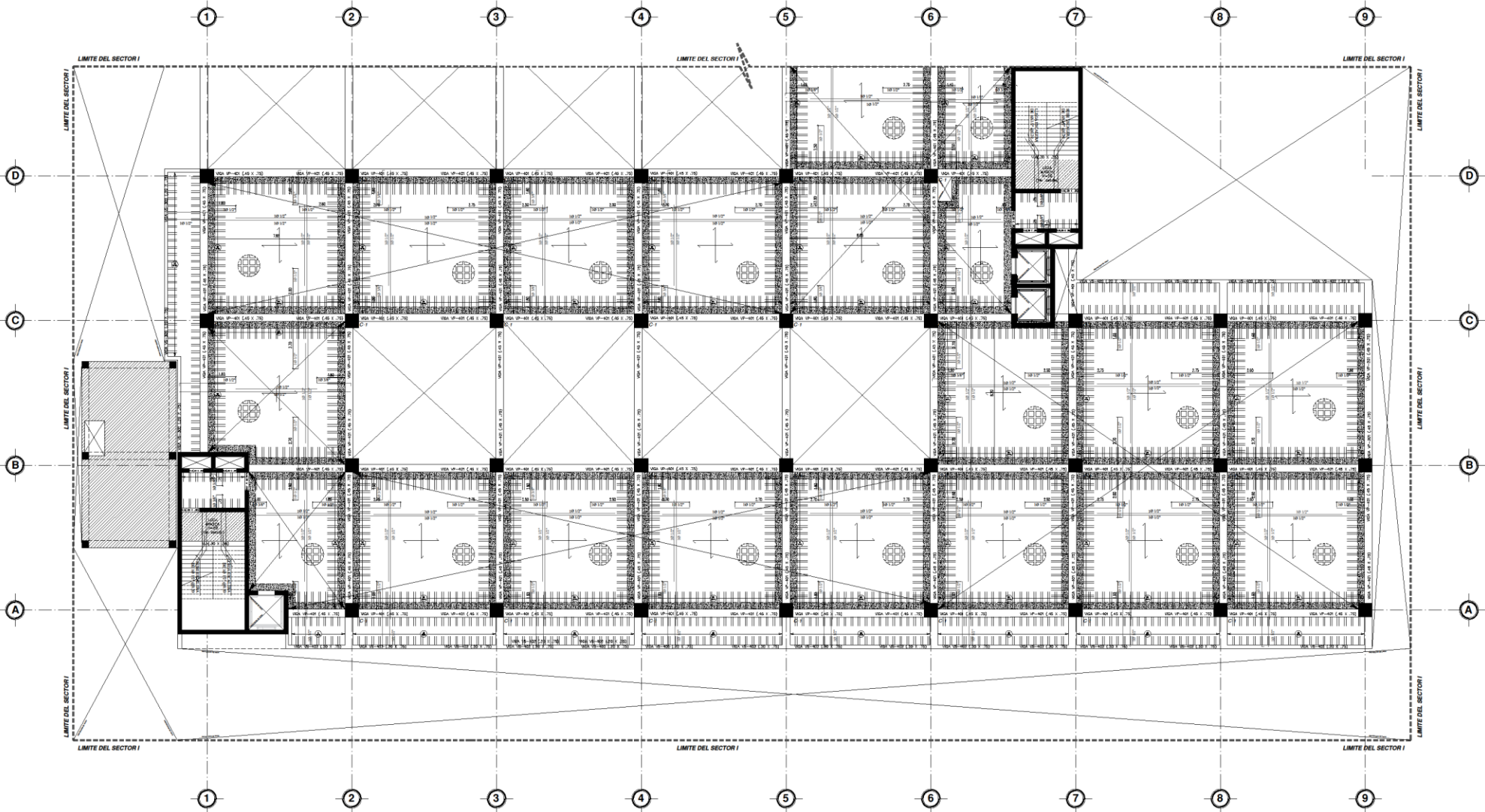
 UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO	TÍTULO DE PROYECTO (OBLIGATORIO): MERCADO DE ABASTOS COMO DINAMIZADOR DEL TURISMO GASTRONÓMICO EN LIMA METROPOLITANA, S.O.19 CABO MERCADO HNO S. BARRANCO	
	TÍTULO DE PROYECTO (OPCIONAL): CENTRO GASTRONÓMICO CULTURAL	ESPECIALIDAD: ESTRUCTURA
FACULTAD DE ARQUITECTURA ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA	UBICACIÓN: DEPARTAMENTO : LIMA PROVINCIA : LIMA DISTRITO : BARRANCO	PLANOS: PLANO DE ALIGERADOS (CABLE DENTADO) ETAPAS: SEGUNDO PISO
SECTOR I ESTRUCTURAL	TÍTULO DE PROYECTO (OPCIONAL): 	TÍTULO DE PROYECTO (OPCIONAL): REDES DE ABASTECIMIENTO GASTRONÓMICO EN LIMA METROPOLITANA, S.O.19 CABO MERCADO HNO S. BARRANCO
	AUTOR: ING. JOSE LUIS VESSEL HOLS	TÍTULO DE PROYECTO (OPCIONAL): REDES DE ABASTECIMIENTO GASTRONÓMICO EN LIMA METROPOLITANA, S.O.19 CABO MERCADO HNO S. BARRANCO
	ESCALA: 1/75	FECHA: NOVIEMBRE 2020
PROYECTO: AD	E-06	



SECTOR I


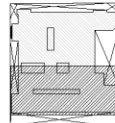
PROYECTO DE ESTRUCTURA
 PLANO ALIGERADO-TERCER PISO
 ESC 1/75

<p>UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO</p> <p>FACULTAD DE ARQUITECTURA ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA</p>	<p>TÍTULO DE PROYECTO: MERCADO DE ABASTOS COMO DINAMIZADOR DEL TURISMO GASTRONÓMICO EN LIMA METROPOLITANA, S.O.19 CABO MERCADO NRO 2, BARRANCO</p>		<p>ESTRUCTURA</p>
	<p>TÍTULO DE PROYECTO: CENTRO GASTRONÓMICO CULTURAL</p>		<p>PLANO DE ALIGERADOS (CABLES DE ENTOS)</p>
	<p>PROYECTO: DEPARTAMENTO: LIMA PROFESIONAL: BARBARA DISEÑO: BARBARA</p>	<p>ESTRUCTURA</p> <p>PROYECTO: TERCER PISO</p>	
<p>SECTOR I</p>	<p>ESCALA: 1/75</p> <p>FECHA: 2020</p> <p>PROYECTO: AD</p>	<p>E-07</p>	



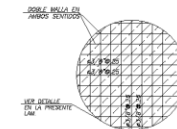
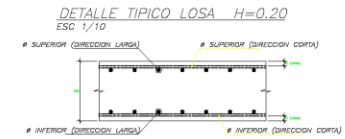
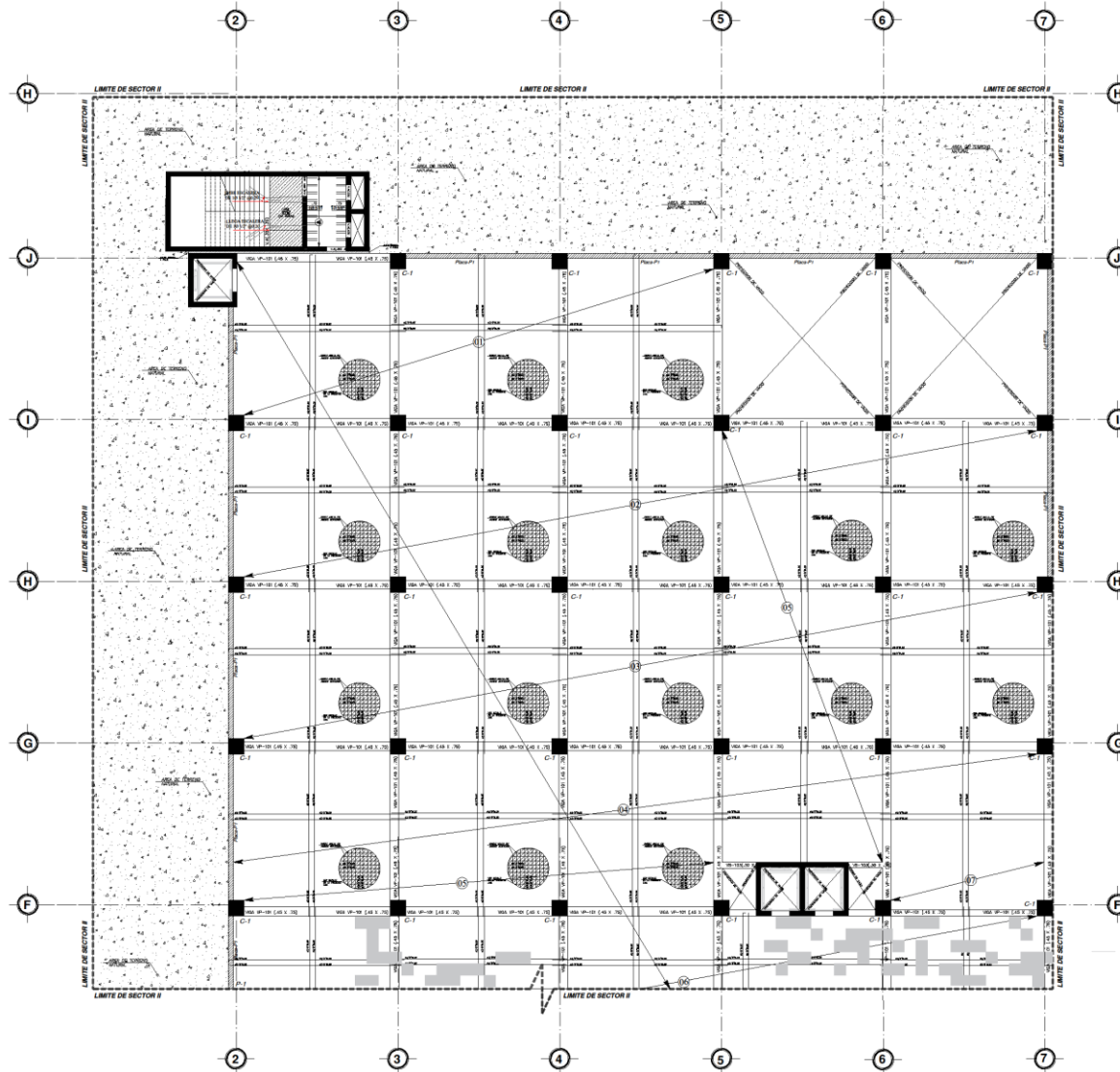
SECTOR I

PROYECTO DE ESTRUCTURA
 PLANO ALIGERADO-CUARTO PISO
 ESC 1/75

 UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO FACULTAD DE ARQUITECTURA ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA	TÍTULO DE PROYECTO: MERCADO DE ABASTOS COMO DINAMIZADOR DEL TURISMO GASTRONÓMICO EN LIMA METROPOLITANA, S.O.19 CABO MERCADO NRO 2, BARRANCO		ESPECIALIDAD: ESTRUCTURA
	TÍTULO DE PROYECTO: CENTRO GASTRONÓMICO CULTURAL		PLANOS: PLANO DE ALIGERADOS (CABLE DENTADO)
UBICACIÓN: DEPARTAMENTO: LIMA PROFESIONAL: BARRANCO	PROYECTISTA: JOSE LUIS VESPAI ROLDAN ESCUELA: ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA		PLANOS: CUARTO PISO
SECTOR I ESTRUCTURAL	TÍTULO DE PROYECTO: MERCADO DE ABASTOS COMO DINAMIZADOR DEL TURISMO GASTRONÓMICO EN LIMA METROPOLITANA, S.O.19 CABO MERCADO NRO 2, BARRANCO		TÍTULO DE PROYECTO: MERCADO DE ABASTOS COMO DINAMIZADOR DEL TURISMO GASTRONÓMICO EN LIMA METROPOLITANA, S.O.19 CABO MERCADO NRO 2, BARRANCO
	TÍTULO DE PROYECTO: CENTRO GASTRONÓMICO CULTURAL		PLANOS: CUARTO PISO
	TÍTULO DE PROYECTO: MERCADO DE ABASTOS COMO DINAMIZADOR DEL TURISMO GASTRONÓMICO EN LIMA METROPOLITANA, S.O.19 CABO MERCADO NRO 2, BARRANCO		PLANOS: CUARTO PISO
ESCALA: 1/75 FECHA: 2020 PROYECTISTA: AD	E-08		

INGENIERÍA DEL PROYECTO

Planos de Diseño Estructural (techos) – a nivel de pre dimensionamiento – SECTOR 2



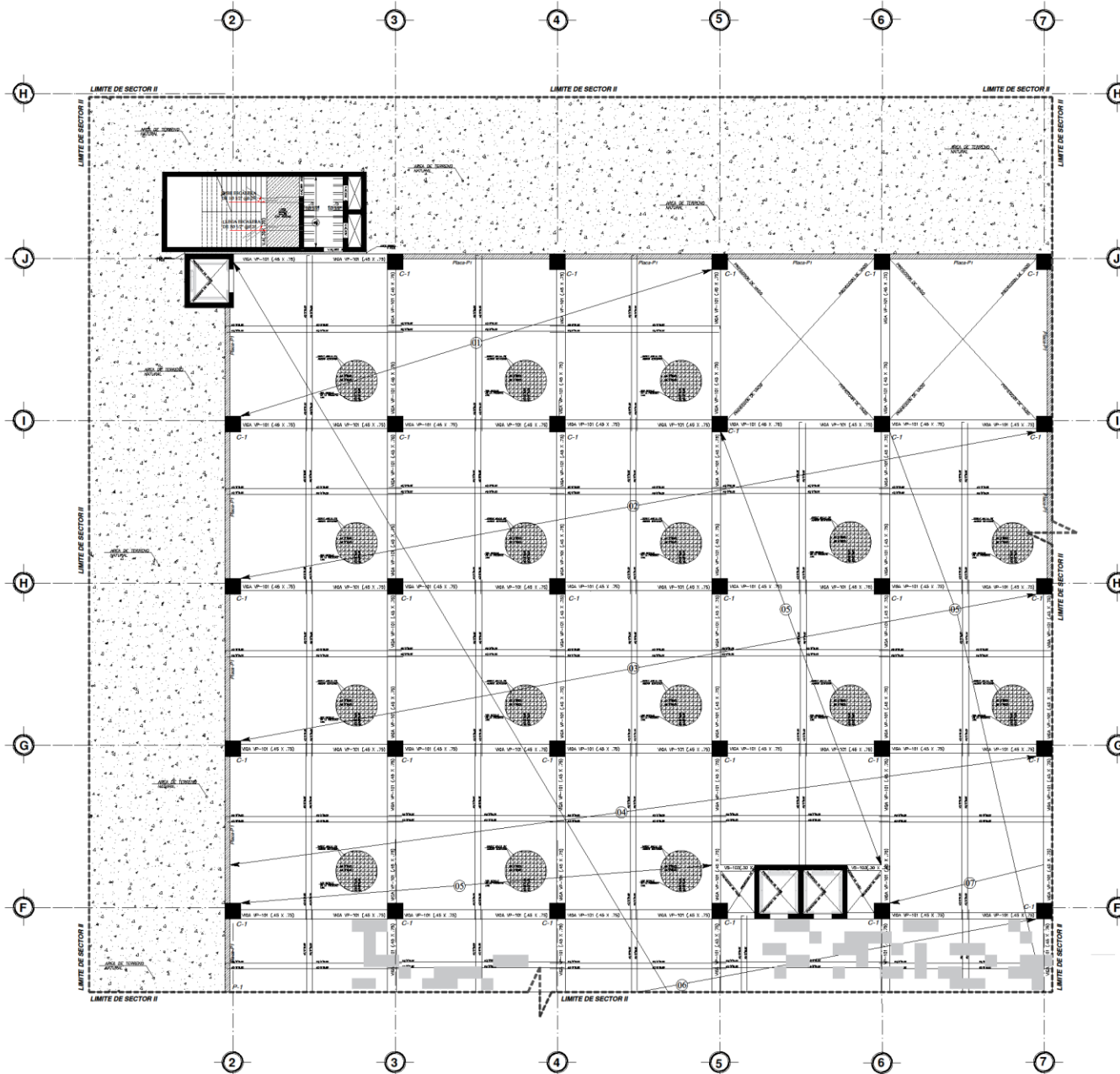
DETALLE TIPICO LOSA H=0,20
ESC 1/10

LEYENDA	
DIRECCION DEL ACERO	
X	- ACERO DE LA DIRECCION DE APOYO
O	- ALMORQUE DE PLANTA
Y	- ACERO DE LA DIRECCION TRANSVERSAL
□	- ALMORQUE DE PLANTA

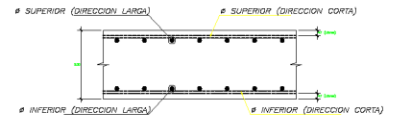
SECTOR II

PROYECTO DE ESTRUCTURA
PLANO DE LOSA MACIZA-SOTANO 03
ESC 1/75

		INSTITUTO DE INVESTIGACIONES Y DESARROLLO TECNOLÓGICO MERCADO DE ABASTECIMIENTO GENERALIZADOR DEL C. LA MERCE BARRIO BARRIO DEL CASO MERCADO NRO 5, BARRIO	
UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO	CENTRO BARRIO BARRIO DEL CASO	ESTRUCTURA	PLAN DE LOSA MACIZA
FACULTAD DE ARQUITECTURA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA	PROFESORADO: LUIS BARRAZO	ESTUDIANTE: ESTEFANO ES	TÍTULO: PLAN DE LOSA MACIZA-SOTANO 03 ESTUDIANTE: ESTEFANO ES
SECTOR II MERCADO		AREA: JONAS LUIS VARELA PELO RESULT: 1.775 PERÍMETRO: 30200 PERÍMETRO: AD	BOLETÍN DE LECTURA E-10



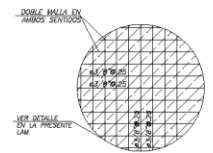
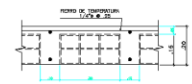
DETALLE TIPICO LOSA H=0.20
ESC 1/10



DETALLE DE ENSANCHO ALTERNO
(EN PLANTA INDICA COMO ALT.)



DETALLE TIPICO DE ALIGERADO



DETALLE TIPICO LOSA H=0.20
ESC 1/10

LEYENDA DISTRIBUCION DEL ACERO	
	-ACERO DE LA DIRECCION DEL ACERO HORIZONTAL
	-NÚMERO DE PASOS
	-ACERO DE LA DIRECCION DEL ACERO VERTICAL
	-NÚMERO DE PASOS

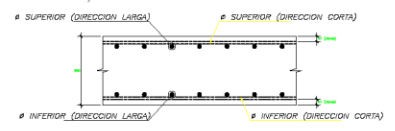
<p>UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO</p>	<p>TÍTULO DE PROYECTO: MERCADO DE ABASTOS COMO DINAMIZADOR DEL TURISMO GASTRONÓMICO EN LIMA METROPOLITANA, S219 SABO MERCADO NRO 2, BARRANCO</p>	<p>ESPESIFICACION: ESTRUCTURA</p>
	<p>FACULTAD DE ARQUITECTURA</p> <p>ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA</p>	<p>TÍTULO DE PROYECTO: CENTRO GASTRONÓMICO CULTURAL</p> <p>DEPARTAMENTO: LIMA</p> <p>PROFESIONAL: LUIS</p> <p>DISTRITO: BARRANCO</p>
<p>SECTOR II</p>	<p>FECHA: 1/75</p> <p>FECHA: 2020</p> <p>PROYECTO: AD</p>	<p>FECHA: 1/75</p> <p>FECHA: 2020</p> <p>PROYECTO: AD</p> <p>E-11</p>

SECTOR II

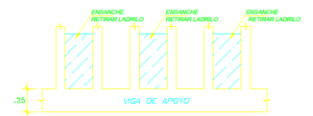
PROYECTO DE ESTRUCTURA
PLANO LOSA MACIZA-SOTANO 02
ESC 1/75



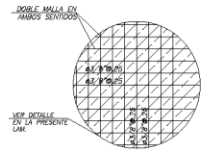
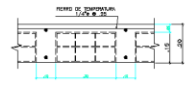
DETALLE TIPICO LOSA H=0.20
ESC 1/10



DETALLE DE ENSANCHE ALTERNO
(EN PLANTA INDICA COMO ALT.)



DETALLE TIPICO DE ALIGERADO



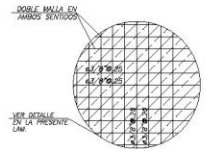
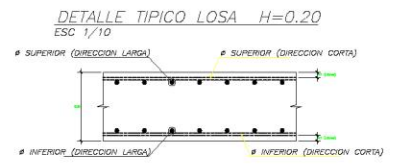
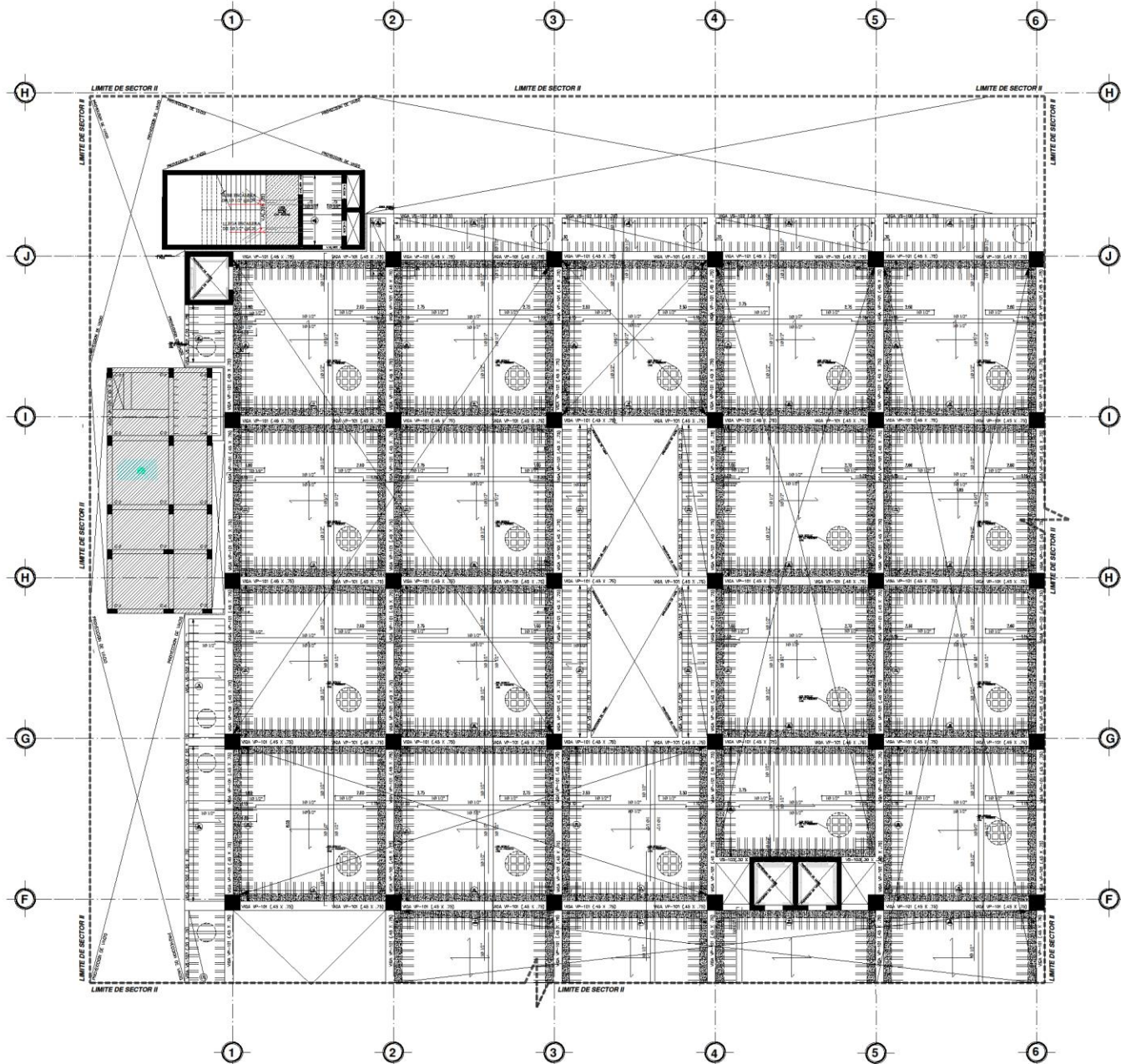
DETALLE TIPICO LOSA H=0.20
ESC 1/10

LEYENDA DISTRIBUCION DEL ACERO	
X	-ACERO DE LA DIRECCION DEL ACERO HORIZONTAL ① NUMERO DE PUNTO
Y	-ACERO DE LA DIRECCION DEL ACERO VERTICAL ② NUMERO DE PUNTO

<p>UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO</p>	<p>TÍTULO DE PROYECTO: MERCADO DE ABASTOS COMO DINAMIZADOR DEL TURISMO GASTRONÓMICO EN LIMA METROPOLITANA, S219 SABO MERCADO NRO 2, BARRANCO</p>	<p>ESPESIFICACION: ESTRUCTURA</p>
	<p>TÍTULO DE PROYECTO: CENTRO GASTRONÓMICO CULTURAL</p>	<p>ESPESIFICACION: PLANO DE LOSA MACIZA</p>
<p>FACULTAD DE ARQUITECTURA ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA</p>	<p>PROYECTO: DEPARTAMENTO: LIMA LIMA PROFESIONAL: BARRANCO DISTRITO: BARRANCO</p>	<p>PROYECTO: MERCADO DE ABASTOS COMO DINAMIZADOR DEL TURISMO GASTRONÓMICO EN LIMA METROPOLITANA, S219 SABO MERCADO NRO 2, BARRANCO PROFESIONAL: JOSÉ LUIS VESPAZ HOLL DISTRITO: BARRANCO</p>
<p>SECTOR II ESTRUCTURA</p>	<p>FECHA: 1/75 AÑO: 2020 PROYECTO: AD</p>	<p>BOB DE LAMINA: E-12</p>

SECTOR II

PROYECTO DE ESTRUCTURA
PLANO DE LOSA MACIZA-PRIMERA PLANTA
ESC 1/75



DETALLE TIPICO LOSA H=0.20
ESC 1/10

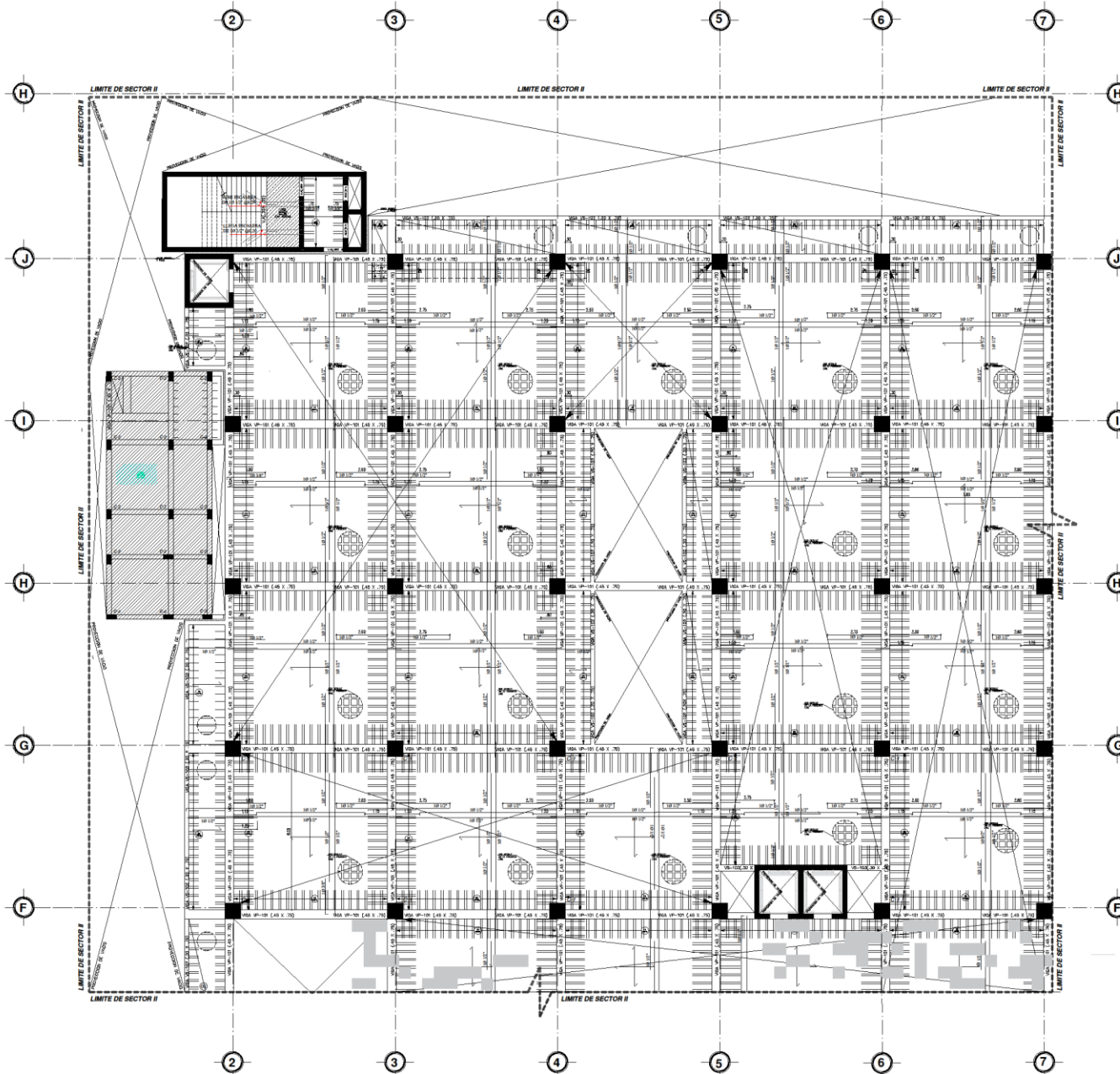
LEYENDA DISPOSICION DEL ACERO

	-ACERO DE LA DIRECCION DEL ACERO HORIZONTAL
	-ACERO DE LA DIRECCION DEL ACERO VERTICAL
	-NÚMERO DE PLAZAS
	-NÚMERO DE PLAZAS

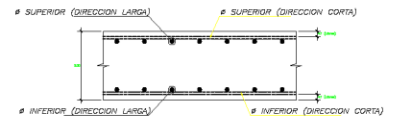
SECTOR II

PROYECTO DE ESTRUCTURA
PLANO ALIGERADO-PRIMER PISO
ESC 1/75

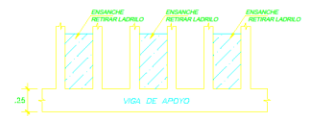
<p>UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO</p>	<p>TÍTULO DE PROYECTO: MERCADO DE ABASTOS COMO DINAMIZADOR DEL TURISMO GASTRONÓMICO EN LIMA METROPOLITANA, S.O.19 CABO MERCADO NRO 2, BARRANCO</p>		<p>ESPECIALIDAD: ESTRUCTURA</p>	
	<p>TÍTULO DE PROYECTO SUBCATEGORÍA: CENTRO GASTRONÓMICO CULTURAL</p>		<p>PLANO: PLANO DE ALIGERADO (DIFERENTE)</p>	
<p>FACULTAD DE ARQUITECTURA</p> <p>ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA</p>	<p>PROFESOR: DEPARTAMENTO: LIMA</p> <p>PROFESOR: ESCUELA: BARRANCO</p>	<p>PROFESOR: LIMA</p> <p>PROFESOR: BARRANCO</p>	<p>ESPECIALIDAD: MERCADO</p> <p>PRIMER PISO</p>	
<p>SECTOR II</p>	<p>TRABAJO: MAG. ANGE DOMÍNGUEZ BARRALDO</p> <p>TRABAJO: MAG. ANDRÉS VILLALBA LÓPEZ</p> <p>TRABAJO: MAG. JORGE LUIS VESPAZ HOLL</p>	<p>TRABAJO: MAG. JORGE LUIS VESPAZ HOLL</p>	<p>FECHA: 1/75</p> <p>FECHA: 2020</p> <p>PROYECTO: AD</p>	
	<p>FECHA: 1/75</p>		<p>BOB DE LÁMINA: E-13</p>	
	<p>FECHA: 2020</p>			
	<p>PROYECTO: AD</p>			



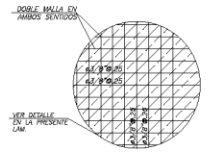
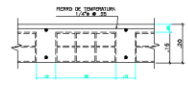
DETALLE TIPICO LOSA H=0.20
ESC 1/10



DETALLE DE ENSANCHE ALTERNO
(EX PLANTA INDICA COMO ALT.)



DETALLE TIPICO DE ALIGERADO



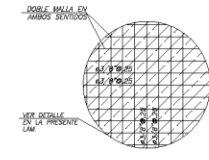
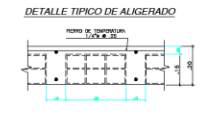
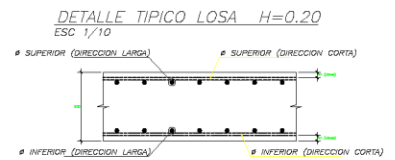
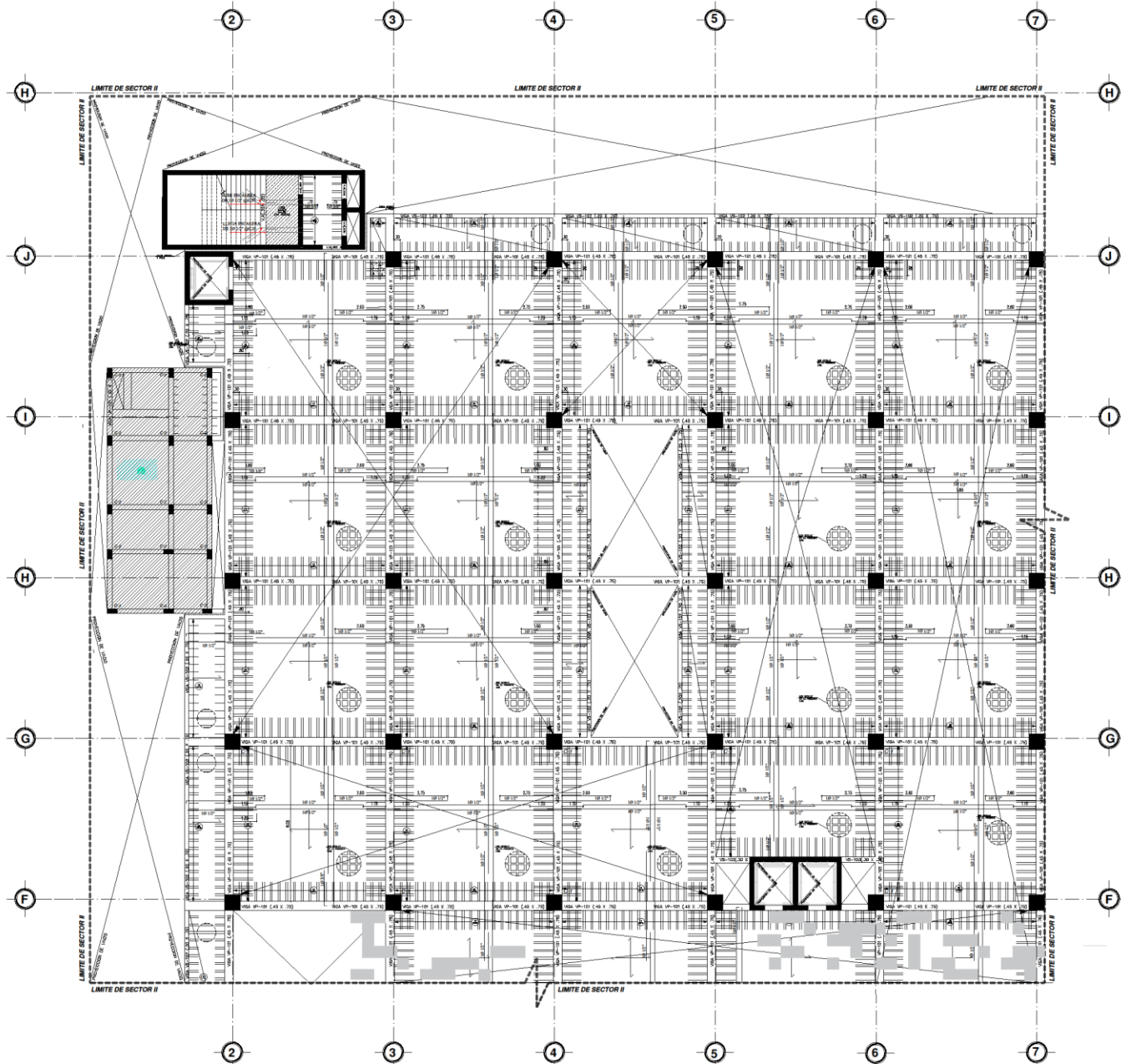
DETALLE TIPICO LOSA H=0.20
ESC 1/10

LEYENDA DISTRIBUCION DEL ACERO	
	-ACERO DE LA DIRECCION DEL ACERO HORIZONTAL
	-ACERO DE LA DIRECCION DEL ACERO VERTICAL

SECTOR II

PROYECTO DE ESTRUCTURA
PLANO ALIGERADO-SEGUNDO PISO
ESC 1/75

<p>UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO</p> <p>FACULTAD DE ARQUITECTURA ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA</p>	<p>TÍTULO DE PROYECTO: MERCADO DE ABASTOS COMO DINAMIZADOR DEL TURISMO GASTRONÓMICO EN LIMA METROPOLITANA, S.O.19 CABO MERCADO NRO 2, BARRANCO</p>	<p>PROYECTO: CENTRO GASTRONÓMICO CULTURAL</p>	<p>ESTRUCTURA</p>
	<p>DEPARTAMENTO: LIMA</p> <p>PROFESIONAL: LUIS BARRANCO</p>	<p>PLANO DE ALIGERADO (DIFERENTE)</p>	<p>ESTRUCTURA</p>
<p>SECTOR II</p>	<p>FECHA: 1/75</p> <p>PROYECTO: 2020</p> <p>PROYECTO: AD</p>	<p>BOB DE LAMINA</p>	<p>E-14</p>

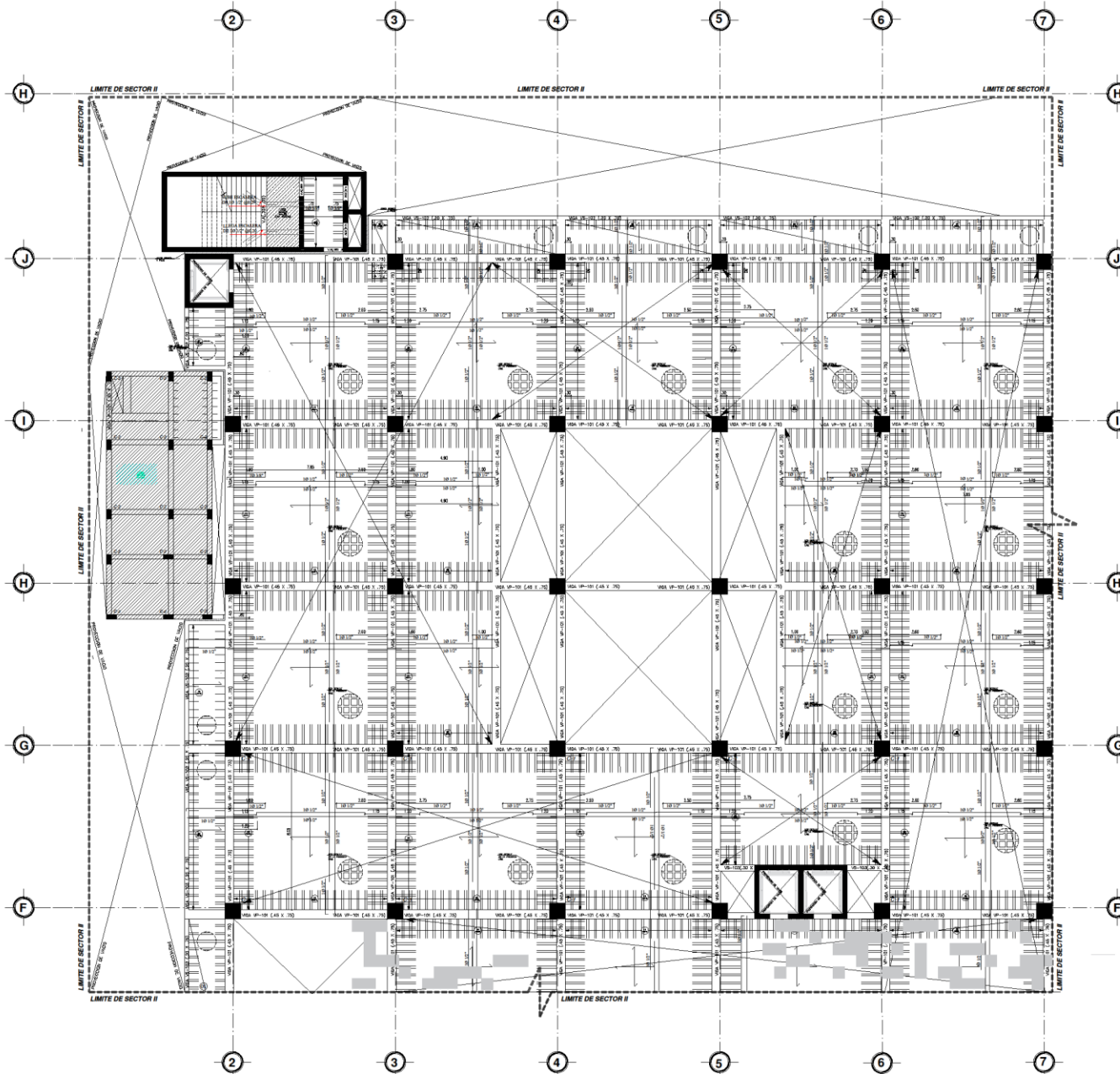


LEYENDA DISPOSICION DEL ACERO

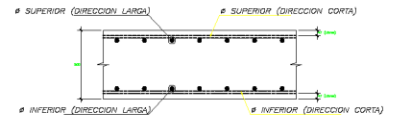
	-ACERO DE LA DIRECCION DEL ACERO HORIZONTAL
	-ACERO DE LA DIRECCION DEL ACERO VERTICAL

SECTOR II
PROYECTO DE ESTRUCTURA
PLANO ALIGERADO-TERCER PISO
ESC 1/75

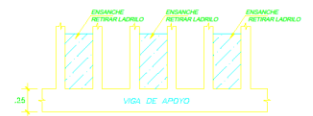
<p>UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO</p>	<p>TÍTULO DE PROYECTO: MERCADO DE ABASTOS COMO DINAMIZADOR DEL TURISMO GASTRONÓMICO EN LIMA METROPOLITANA, S.O.19 CABO MERCADO NRO 2, BARRANCO</p>	<p>ESPECIALIDAD: ESTRUCTURA</p>
	<p>FACULTAD DE ARQUITECTURA ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA</p>	<p>TÍTULO DE PROYECTO: CENTRO GASTRONÓMICO CULTURAL</p>
<p>PROFESOR: DEPARTAMENTO: LIMA AUTOR: ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA BARRANCO</p>	<p>PROFESIONAL: LIMA AUTOR: BARRANCO</p>	<p>ESPECIALIDAD: TERCER PISO</p>
<p>SECTOR II ESTRUCTURA</p>	<p>FECHA: 1/75</p>	<p>BOB DE LAMINA: 1/75</p>
	<p>FECHA: 2020</p>	<p>BOB DE LAMINA: 1/75</p>
	<p>PROYECTO: AD</p>	<p>BOB DE LAMINA: 1/75</p>



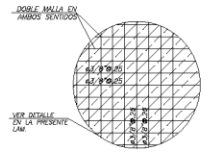
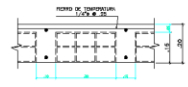
DETALLE TIPICO LOSA H=0.20
ESC 1/10



DETALLE DE ENSANCHE ALTERNO
(EX PLANTA INDICA COMO ALT.)



DETALLE TIPICO DE ALIGERADO



DETALLE TIPICO LOSA H=0.20
ESC 1/10

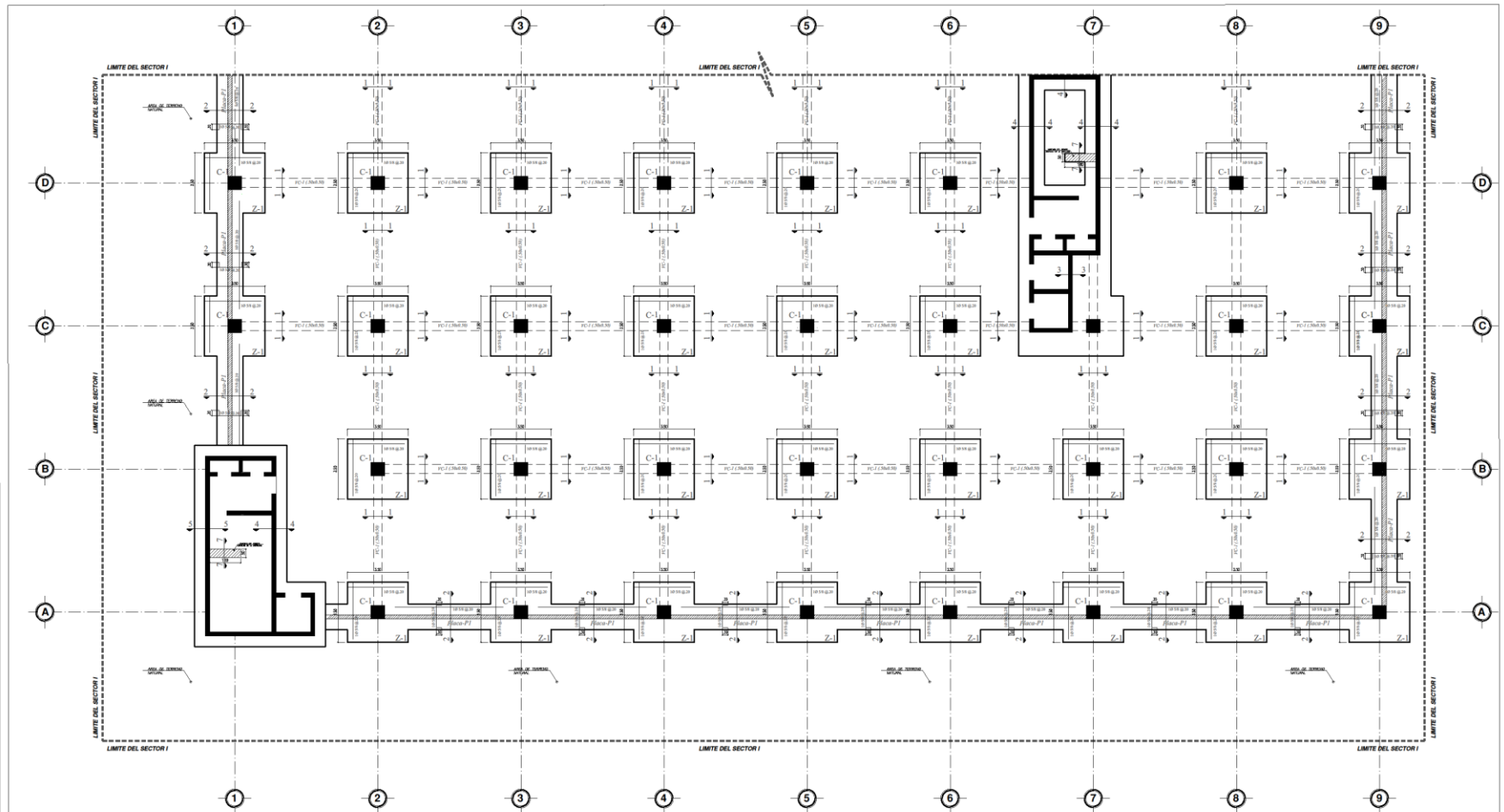
LEYENDA DISTRIBUCION DEL ACERO	
	-ACERO DE LA DIRECCION DEL ACERO HORIZONTAL
	-ACERO DE LA DIRECCION DEL ACERO VERTICAL

SECTOR II

PROYECTO DE ESTRUCTURA
PLANO ALIGERADO-CUARTO PISO
ESC 1/75

<p>UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO</p>	<p>TÍTULO DE PROYECTO: MERCADO DE ABASTOS COMO DINAMIZADOR DEL TURISMO GASTRONÓMICO EN LIMA METROPOLITANA, S219 CABO MERCADO NRO 2, BARRANCO</p>	<p>ESPECIALIDAD: ESTRUCTURA</p>
	<p>FACULTAD DE ARQUITECTURA ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA</p>	<p>TÍTULO DE PROYECTO: CENTRO GASTRONÓMICO CULTURAL</p>
<p>PROFESOR: DEPARTAMENTO: LIMA LIMA PROFESORIAL: BARRANCO</p>	<p>PROYECTO: MERCADO DE ABASTOS COMO DINAMIZADOR DEL TURISMO GASTRONÓMICO EN LIMA METROPOLITANA, S219 CABO MERCADO NRO 2, BARRANCO</p>	<p>FECHA: 1/75</p>
<p>SECTOR II</p>		<p>FECHA: 2020</p>
		<p>PROYECTO: AD</p>

Planos de Diseño Estructural (cimentación) – SECTOR 1



CUADRO DE COLUMNAS Y DISPOSICION DE ARMADO DE ACERO LONGITUDINAL			
SECCION	C-1	C-2	C-3
ANCHO	0.30 x 0.30	0.30 x 0.40	0.30 x 0.25
ALTO	1.00	1.00	1.00
Distancia 1	1.00	1.00	1.00
Distancia 2	1.00	1.00	1.00
Distancia 3	1.00	1.00	1.00
Distancia 4	1.00	1.00	1.00
Distancia 5	1.00	1.00	1.00
Distancia 6	1.00	1.00	1.00
Distancia 7	1.00	1.00	1.00
Distancia 8	1.00	1.00	1.00
Distancia 9	1.00	1.00	1.00
Distancia 10	1.00	1.00	1.00
Distancia 11	1.00	1.00	1.00
Distancia 12	1.00	1.00	1.00
Distancia 13	1.00	1.00	1.00
Distancia 14	1.00	1.00	1.00
Distancia 15	1.00	1.00	1.00
Distancia 16	1.00	1.00	1.00
Distancia 17	1.00	1.00	1.00
Distancia 18	1.00	1.00	1.00
Distancia 19	1.00	1.00	1.00
Distancia 20	1.00	1.00	1.00
Distancia 21	1.00	1.00	1.00
Distancia 22	1.00	1.00	1.00
Distancia 23	1.00	1.00	1.00
Distancia 24	1.00	1.00	1.00
Distancia 25	1.00	1.00	1.00
Distancia 26	1.00	1.00	1.00
Distancia 27	1.00	1.00	1.00
Distancia 28	1.00	1.00	1.00
Distancia 29	1.00	1.00	1.00
Distancia 30	1.00	1.00	1.00
Distancia 31	1.00	1.00	1.00
Distancia 32	1.00	1.00	1.00
Distancia 33	1.00	1.00	1.00
Distancia 34	1.00	1.00	1.00
Distancia 35	1.00	1.00	1.00
Distancia 36	1.00	1.00	1.00
Distancia 37	1.00	1.00	1.00
Distancia 38	1.00	1.00	1.00
Distancia 39	1.00	1.00	1.00
Distancia 40	1.00	1.00	1.00
Distancia 41	1.00	1.00	1.00
Distancia 42	1.00	1.00	1.00
Distancia 43	1.00	1.00	1.00
Distancia 44	1.00	1.00	1.00
Distancia 45	1.00	1.00	1.00
Distancia 46	1.00	1.00	1.00
Distancia 47	1.00	1.00	1.00
Distancia 48	1.00	1.00	1.00
Distancia 49	1.00	1.00	1.00
Distancia 50	1.00	1.00	1.00
Distancia 51	1.00	1.00	1.00
Distancia 52	1.00	1.00	1.00
Distancia 53	1.00	1.00	1.00
Distancia 54	1.00	1.00	1.00
Distancia 55	1.00	1.00	1.00
Distancia 56	1.00	1.00	1.00
Distancia 57	1.00	1.00	1.00
Distancia 58	1.00	1.00	1.00
Distancia 59	1.00	1.00	1.00
Distancia 60	1.00	1.00	1.00
Distancia 61	1.00	1.00	1.00
Distancia 62	1.00	1.00	1.00
Distancia 63	1.00	1.00	1.00
Distancia 64	1.00	1.00	1.00
Distancia 65	1.00	1.00	1.00
Distancia 66	1.00	1.00	1.00
Distancia 67	1.00	1.00	1.00
Distancia 68	1.00	1.00	1.00
Distancia 69	1.00	1.00	1.00
Distancia 70	1.00	1.00	1.00
Distancia 71	1.00	1.00	1.00
Distancia 72	1.00	1.00	1.00
Distancia 73	1.00	1.00	1.00
Distancia 74	1.00	1.00	1.00
Distancia 75	1.00	1.00	1.00
Distancia 76	1.00	1.00	1.00
Distancia 77	1.00	1.00	1.00
Distancia 78	1.00	1.00	1.00
Distancia 79	1.00	1.00	1.00
Distancia 80	1.00	1.00	1.00
Distancia 81	1.00	1.00	1.00
Distancia 82	1.00	1.00	1.00
Distancia 83	1.00	1.00	1.00
Distancia 84	1.00	1.00	1.00
Distancia 85	1.00	1.00	1.00
Distancia 86	1.00	1.00	1.00
Distancia 87	1.00	1.00	1.00
Distancia 88	1.00	1.00	1.00
Distancia 89	1.00	1.00	1.00
Distancia 90	1.00	1.00	1.00
Distancia 91	1.00	1.00	1.00
Distancia 92	1.00	1.00	1.00
Distancia 93	1.00	1.00	1.00
Distancia 94	1.00	1.00	1.00
Distancia 95	1.00	1.00	1.00
Distancia 96	1.00	1.00	1.00
Distancia 97	1.00	1.00	1.00
Distancia 98	1.00	1.00	1.00
Distancia 99	1.00	1.00	1.00
Distancia 100	1.00	1.00	1.00

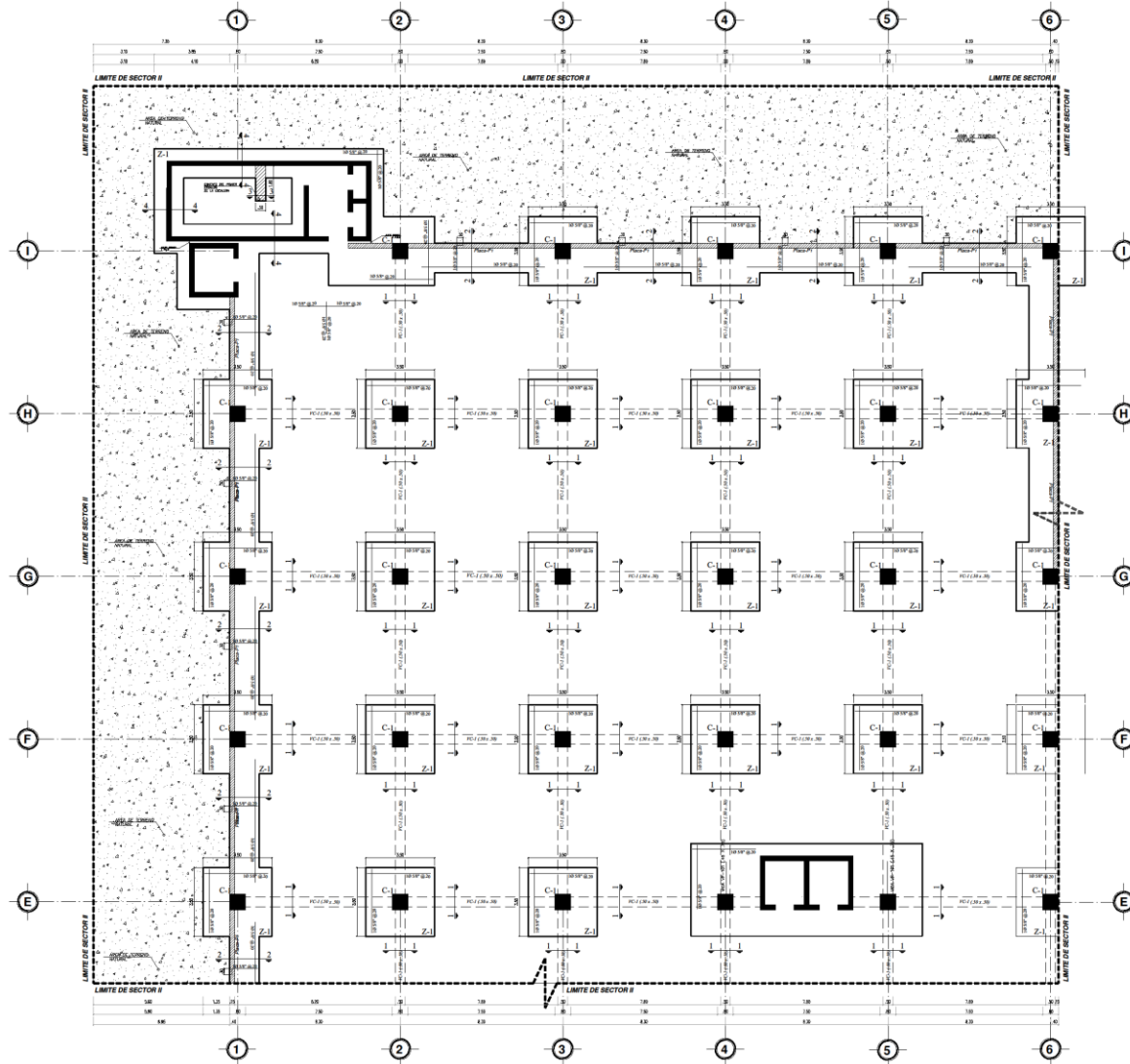
CUADRO DE VIGAS DE CIMENTACION	
SECCION	V-C-1
ANCHO	0.30 x 0.30
ALTO	0.30
Distancia 1	0.30
Distancia 2	0.30
Distancia 3	0.30
Distancia 4	0.30
Distancia 5	0.30
Distancia 6	0.30
Distancia 7	0.30
Distancia 8	0.30
Distancia 9	0.30
Distancia 10	0.30
Distancia 11	0.30
Distancia 12	0.30
Distancia 13	0.30
Distancia 14	0.30
Distancia 15	0.30
Distancia 16	0.30
Distancia 17	0.30
Distancia 18	0.30
Distancia 19	0.30
Distancia 20	0.30
Distancia 21	0.30
Distancia 22	0.30
Distancia 23	0.30
Distancia 24	0.30
Distancia 25	0.30
Distancia 26	0.30
Distancia 27	0.30
Distancia 28	0.30
Distancia 29	0.30
Distancia 30	0.30
Distancia 31	0.30
Distancia 32	0.30
Distancia 33	0.30
Distancia 34	0.30
Distancia 35	0.30
Distancia 36	0.30
Distancia 37	0.30
Distancia 38	0.30
Distancia 39	0.30
Distancia 40	0.30
Distancia 41	0.30
Distancia 42	0.30
Distancia 43	0.30
Distancia 44	0.30
Distancia 45	0.30
Distancia 46	0.30
Distancia 47	0.30
Distancia 48	0.30
Distancia 49	0.30
Distancia 50	0.30
Distancia 51	0.30
Distancia 52	0.30
Distancia 53	0.30
Distancia 54	0.30
Distancia 55	0.30
Distancia 56	0.30
Distancia 57	0.30
Distancia 58	0.30
Distancia 59	0.30
Distancia 60	0.30
Distancia 61	0.30
Distancia 62	0.30
Distancia 63	0.30
Distancia 64	0.30
Distancia 65	0.30
Distancia 66	0.30
Distancia 67	0.30
Distancia 68	0.30
Distancia 69	0.30
Distancia 70	0.30
Distancia 71	0.30
Distancia 72	0.30
Distancia 73	0.30
Distancia 74	0.30
Distancia 75	0.30
Distancia 76	0.30
Distancia 77	0.30
Distancia 78	0.30
Distancia 79	0.30
Distancia 80	0.30
Distancia 81	0.30
Distancia 82	0.30
Distancia 83	0.30
Distancia 84	0.30
Distancia 85	0.30
Distancia 86	0.30
Distancia 87	0.30
Distancia 88	0.30
Distancia 89	0.30
Distancia 90	0.30
Distancia 91	0.30
Distancia 92	0.30
Distancia 93	0.30
Distancia 94	0.30
Distancia 95	0.30
Distancia 96	0.30
Distancia 97	0.30
Distancia 98	0.30
Distancia 99	0.30
Distancia 100	0.30

SECTOR I

PROYECTO DE ESTRUCTURA
PLANO DE CIMENTACION
ESC: 1/75

<p>UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO</p> <p>FACULTAD DE ARQUITECTURA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA</p>	<p>PLANO DE PAQUETE DE CIMENTACION</p> <p>PROYECTO DE ESTRUCTURA</p> <p>ESTRUCTURA</p> <p>PLANO DE CIMENTACION</p>
	<p>PROYECTADO POR: LUIS VARELA VARELA</p> <p>REVISADO POR: LUIS VARELA VARELA</p> <p>APROBADO POR: LUIS VARELA VARELA</p>
	<p>TERMINO: 17/05/2020</p> <p>FECHA DE ENTREGA: 17/05/2020</p> <p>FECHA DE IMPRESION: 17/05/2020</p>
	<p>PROYECTO: E-001</p> <p>PROYECTISTA: AD</p>

Planos de Diseño Estructural (cimentación) – SECTOR 2



SECCION	C-1	C-2	C-3
Tamaño	0.80 x 0.80	0.80 x 0.80	0.50 x 0.25
Forma	10.07 x 4.03 3/4"	4.03 3/4 x 4.03 3/4"	10.07 x 3/4"
Resistencia	$f_c=280 \text{ kg/cm}^2$	$f_c=280 \text{ kg/cm}^2$	$f_c=280 \text{ kg/cm}^2$
Letras 1	Varillas 3 Ø 3/4", 2 @ 0.05, 7 @ 0.10, 3 @ 0.15, Res. @ 0.20	Varillas 2 Ø 3/4", 2 @ 0.05, 7 @ 0.10, 3 @ 0.15, Res. @ 0.20	Varillas 2 Ø 3/4", 2 @ 0.05, 7 @ 0.10, 3 @ 0.15, Res. @ 0.20
Letras 2			
Letras 3			
SECCION			
Primero			
Segundo			
Tercero			
Cuarto			

SECCION	VIGAS
SECCION	VC-A
Tamaño	0.50 x 0.50
Forma	4.03 3/4 x 2.05 3/4"
Resistencia	$f_c=280 \text{ kg/cm}^2$
Letras	Varillas Ø 3/4", 2 @ 0.05, 10 @ 0.10, Res. @ 0.20
SECCION	

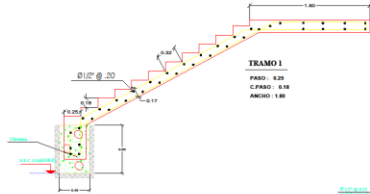
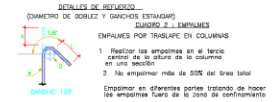
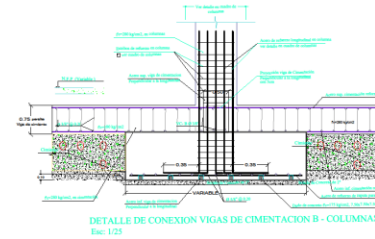
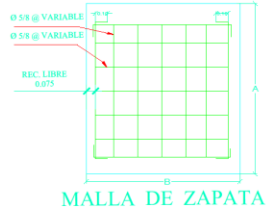
SECTOR II

PROYECTO DE ESTRUCTURA
 PLANO DE CIMENTACION
 ESC: 1/75

		INSTITUTO DE INVESTIGACIONES Y DESARROLLO TECNOLÓGICO MERCADO DE ABASTECIMIENTO GENERALIZADO DEL C. J. LUIS BASTRODINOS C. LUIS VICTORIANO, SUI y C. ANDRÉS HERNÁNDEZ S. BARRANCO	
UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO	CENTRO BASTRODINOS CULTURAL	ESTRUCTURA	PLANO DE CIMENTACION
FACULTAD DE ARQUITECTURA	PROFESOR: DR. LUIS VICTORIANO	ESTUDIANTE: ANDRÉS HERNÁNDEZ S. BARRANCO	ESCALA: 1/75
PROFESOR: DR. LUIS VICTORIANO	ESTUDIANTE: ANDRÉS HERNÁNDEZ S. BARRANCO	FECHA: 2020	PROYECTO: E-09
TÍTULO DEL PROYECTO: MERCADO DE ABASTECIMIENTO GENERALIZADO DEL C. J. LUIS BASTRODINOS, C. LUIS VICTORIANO, SUI y C. ANDRÉS HERNÁNDEZ S. BARRANCO		AUTOR: ANDRÉS HERNÁNDEZ S. BARRANCO ASISTENTE: ANDRÉS HERNÁNDEZ S. BARRANCO REVISOR: ANDRÉS HERNÁNDEZ S. BARRANCO APROBADO: ANDRÉS HERNÁNDEZ S. BARRANCO	
SECTOR II MERCADO DE ABASTECIMIENTO		PLAN DE CIMENTACION E-09	

Planos de Diseño Estructural (detalles constructivos) – SECTOR 1 Y 2

ESTRUCTURACIÓN DE ESCALERA 7-7
Esc: 1/25

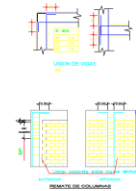
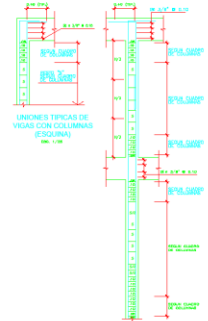
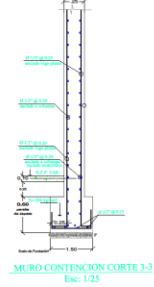
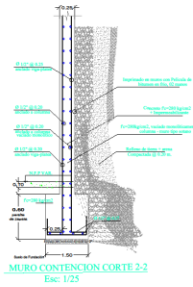
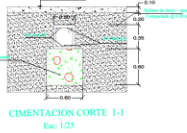


CUADRO DE ZAPATAS			
TIPO	DIMENSION A x B	H	PARRILLA
Z-1	3.50 x 3.50	0.70	Ø 5/8 @ 0.20 Ø 5/8 @ 0.20

VALORES DE W _L			
Ø	W _L	W _L	W _L
5/8"	0.42	0.42	0.42
3/4"	0.49	0.49	0.49
1/2"	0.40	0.40	0.40
3/8"	0.20	0.20	0.20
5/16"	0.16	0.16	0.16
7/16"	0.21	0.21	0.21

LONGITUDES MINIMAS DE ANCLAJE Y TRASPASE DE REFUERZO			
Ø	ANCLAJE	TRASPASE	ESTRIBOS (L)
5/8"	1.00	1.00	1.00
3/4"	0.45	0.55	0.15
1/2"	0.30	0.40	0.10
3/8"	0.20	0.30	0.05
5/16"	0.15	0.20	0.05
7/16"	0.20	0.25	0.05

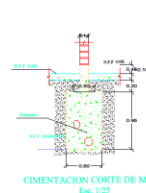
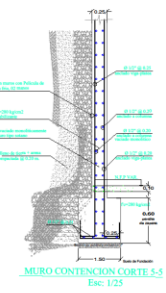
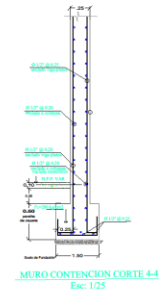
CUADRO DE GANCHOS Y EMPALMES EN VARILLAS DE FIERRO CORROSIONADO			
Ø	REF.	EN FORMA CONFORMADA (L)	EN FORMA DE ORO (L)
5/8"	15	15	15
3/4"	20	20	20
1/2"	25	25	25
3/8"	30	30	30
5/16"	35	35	35
7/16"	40	40	40



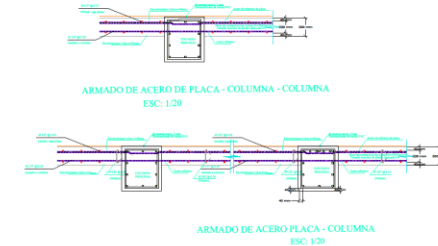
ESPECIFICACIONES TECNICAS

CONCRETO CICLOPIO
 CONCRETO CICLOPIO CON FIERRO CORROSIONADO (CICLOPIO)
 SUBSTRATO: CONCRETO CICLOPIO
 CONCRETO ARMADO: CONCRETO ARMADO
 CONCRETO: CONCRETO
 REFORZAMIENTO: REFORZAMIENTO
 REFORZAMIENTO: REFORZAMIENTO
 REFORZAMIENTO: REFORZAMIENTO
 REFORZAMIENTO: REFORZAMIENTO

NOTA CIMENTACION:
 1. TENDIDOS ZAPATA TIPO B - 4Ø 5/8 CONCRETO - 100%
 2. SI SE MUEVE DE CIMENTACION TIPO A - 100% CONCRETO - 100%
 3. PARA EL TRAZO DE CIMENTACION VER LOS PLANOS DE ARQUITECTURA.



ANCHO: 100				ANCHO: 120				ANCHO: 90			
Ø	A	B	H	Ø	A	B	H	Ø	A	B	H
5/8"	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
3/4"	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25
1/2"	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
3/8"	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
5/16"	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
7/16"	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45



LOGO 3

SECTOR 1 - II

MERCADO DE ABASTOS COMO DINAMIZADOR DEL TURISMO EN LINEA METROPOLITANA DE LOS CAJES MERCADO FERIA DE BARRAHUECO

DEPARTAMENTO: LIMA

PROYECTO: MERCADO FERIA DE BARRAHUECO

ESPECIALIDAD: ESTRUCTURA

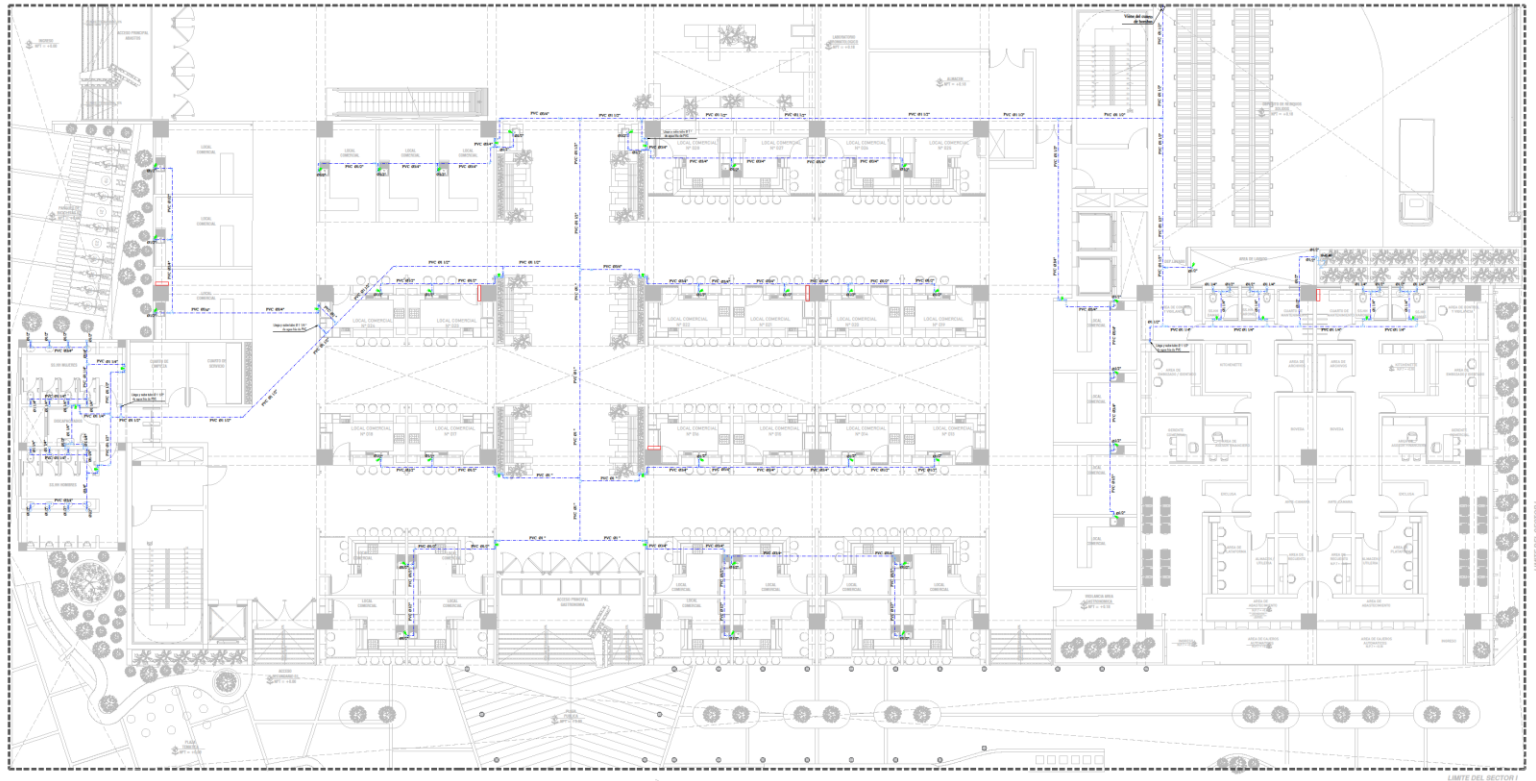
DETALLES ESTRUCTURALES

FECHA: 2020

HOJA DE CÁLCULO: E-02

INSTALACIONES SANITARIAS

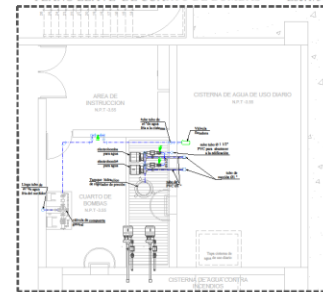
Planos de agua – SECTOR 1



LEYENDA AGUA			
SÍMBOLO	DESCRIPCIÓN	SÍMBOLO	DESCRIPCIÓN
	MEDIDOR DE AGUA		TIE
	TIE EN SUBIDA		TIE EN BAJADA
	UNION UNIVERSAL		VALVULA DE CUBIERTA
	CODO DE 90°		VALVULA CHECK
	CODO DE 45°		VALVULA DE BIENGO
	CODO DE 90° SUBE		VALVULA FLUJADORA
	CODO DE 90° BAJA		

ESPECIFICACIONES TECNICAS	
RED DE AGUA:	
- TODOS LOS MATERIALES, TUBERIAS Y ACCESORIOS A UTILIZARSE EN LAS REDES DE AGUA FRIA, SERAN DE BUENA CALIDAD, DE ACUERDO CON LAS NORMAS ESTABLECIDAS EN EL REGLAMENTO NACIONAL DE CONSTRUCCIONES DEL PERU.	
- LAS TUBERIAS PARA AGUA FRIA DE PVC RIGIDO CLASE 10, UNION A SIMPLE PRESION Y/o UNION BORGAL, INCLUYENDO SUS ACCESORIOS.	
- SE UTILIZARA PEGAMENTO ESPECIAL PARA PVC CON AISLAMIENTO TERMICO APROPIADO.	
- LAS VALVULAS DE CUBIERTA SERAN DE ASIENTO DE BRONCE, EN CADA VALVULA SE INCLUIRARA UNA UNION UNIVERSAL, CUANDO SE TRATE DE TUBERIAS Y DOS UNIONES UNIVERSALES CUANDO SE INSTALE LA VALVULA EN CAJA O NUDO.	
- TODO EL RECORRIDO DE AGUA CALIENTE SE ENCONTRARA PROTEGIDO CON MATERIAL.	
- LAS REDES DE AGUA FRIA SERAN PROBADAS CON BOMBAS DE MANO A MANEJARSE DURANTE 15 MINUTOS EN QUE PRESIONEN PUNOS O PREDIAS DE PRESION.	

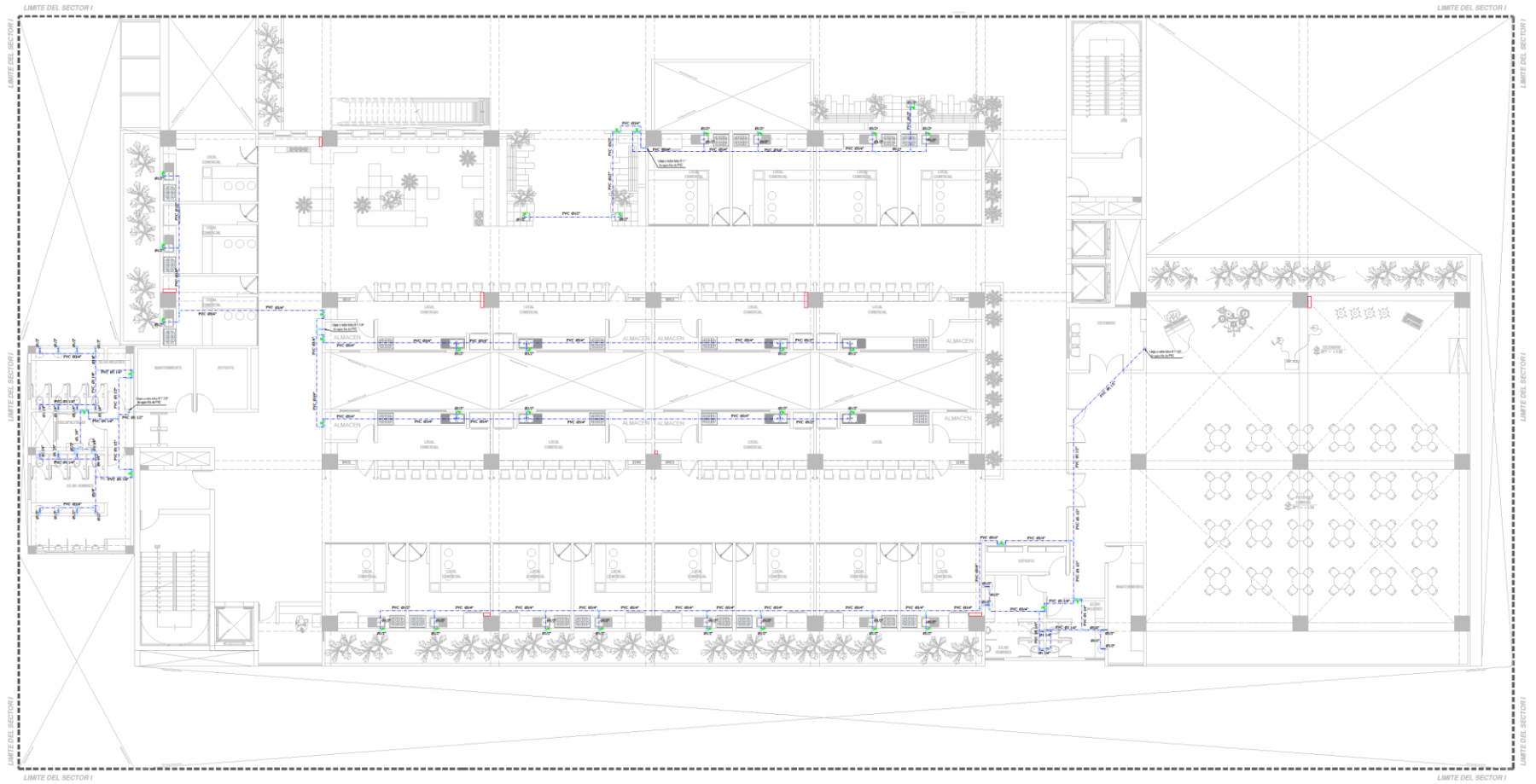
PLANO LLAVE DE CUARTO DE BOMBAS Esc: 1/50



SECTOR I

PROYECTO DE AGUA
PLANO DE AGUA-PRIMER PISO
Esc: 1/75

<p>UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO</p>	<p>UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO</p>	<p>HEREDADO DE ABATOS COMO DINAMISADOR DEL TURISMO EN LA LINEA HEREDOSPUNTALESA DE CASO HEREDADO NEGRO & BARRANCO</p>	<p>INSTALACIONES SANITARIAS</p>
	<p>FACULTAD DE ARQUITECTURA</p>	<p>DEPARTAMENTO DE INGENIERIA EN SISTEMAS DE AGUA</p>	<p>LINA BARRANCO</p>
<p>SECTOR I</p>	<p>PROYECTO DE AGUA</p>	<p>PRIMER PISO</p>	<p>ESCALA: 1/75</p>
<p>FECHA: 2020</p>	<p>PROYECTO DE AGUA</p>	<p>PRIMER PISO</p>	<p>IS-17</p>



APARATOS SANITARIO AGUA

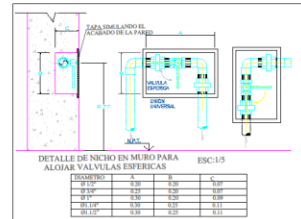
ESC: 1/25



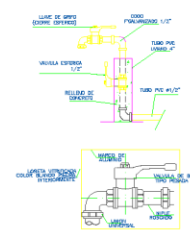
LEYENDA AGUA			
SIMBOLO	DESCRIPCION	SIMBOLO	DESCRIPCION
	MEDIDOR DE AGUA		TEE
	TUBERIA DE AGUA FRIA		TEE EN SUBIDA
	TUBERIA DE AGUA FRIA SUSPENDIDA EN TECHO		TEE EN BAJADA
	CRUCE SIN CONEXION		UNION UNIVERSAL
	CODO DE 90°		VALVULA DE COMPUERTA
	CODO DE 45°		VALVULA CHECK
	CODO DE 90° SUBE		VALVULA DE RIEGO
	CODO DE 90° BAJA		VALVULA FLOTADORA

ESPECIFICACIONES TECNICAS

- RED DE AGUA:**
- TODOS LOS MATERIALES, TUBERIAS Y ACCESORIOS A UTILIZARSE EN LAS REDES DE AGUA FRIA, SERAN DE BUENA CALIDAD DE ACUERDO CON LAS NORMAS ESTIPULADAS EN EL REGLAMENTO NACIONAL DE CONSTRUCCIONES DEL PERU.
 - LAS TUBERIAS PARA AGUA FRIA DE PVC RIGIDO CLASE 10, UNION A SIMPLE PRESION Y/O UNION ROSCADA, INCLUYENDO SUS ACCESORIOS.
 - SE UTILIZARA PEGAMENTO ESPECIAL PARA C PVC CON AISLAMIENTO TERMICO APROPIADO.
 - LAS VALVULAS DE COMPUERTA SERAN DE ASIENTO DE BRONCE, EN CADA VALVULA SE INSTALARA UNA UNION UNIVERSAL, CUANDO SE TRATE DE TUBERIAS VISIBLES Y DOS UNIONES UNIVERSALES CUANDO SE INSTALE LA VALVULA EN CAJA O NICHO.
 - TODO EL RECORRIDO DE AGUA CALIENTE SE ENCONTRARA PROTEGIDO CON MATERIAL.
 - LAS REDES DE AGUA FRIA SERAN PROBADAS CON NORMAS DE MANO A 10M.Bsp/m² DURANTE 15 MINUTOS SIN QUE PRESENTEN FUGAS O PERDIDAS DE PRESION.



DETALLE DE GRIFO DE RIEGO

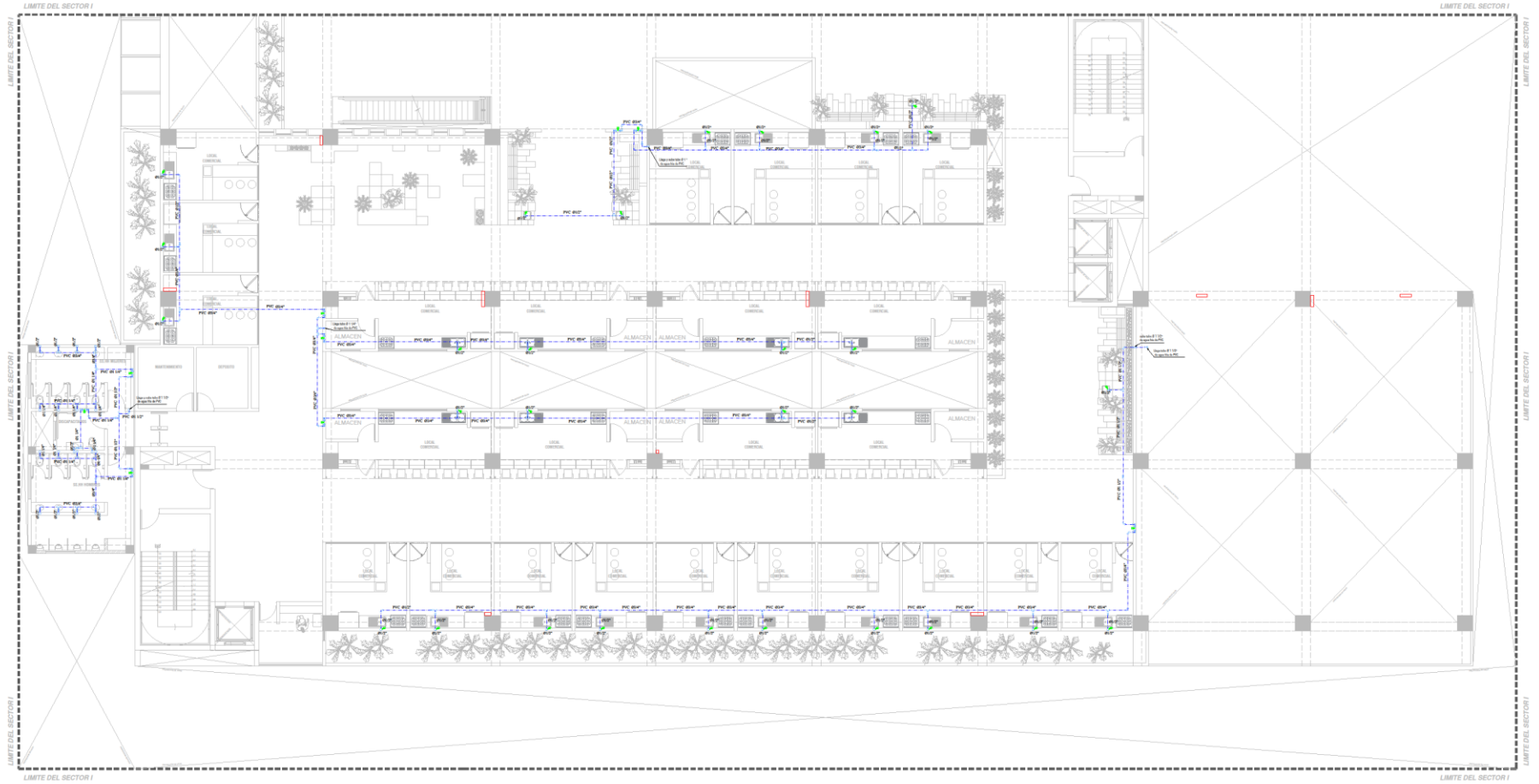


SECTOR I

PROYECTO DE AGUA
PLANO DE AGUA-SEGUNDO PISO
ESC: 1/75

<p>UNIVERSIDAD DE SAN VALERIO</p> <p>FACULTAD DE ARQUITECTURA</p> <p>ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA</p>	<p>TITULO DE PROYECTO INVESTIGACION:</p> <p>MERCADO DE ABASTOS COMO DINAMISADOR DEL TURISMO GASTRONOMICO EN LIMA METROPOLITANA, 2019</p> <p>SAVED MERCADO HNO. D. BARBARO</p>	<p>INSTALACIONES SANITARIAS</p>
	<p>TITULO DE PROYECTO ARQUITECTONICO:</p> <p>CENTRO GASTRONOMICO CULTURAL</p>	<p>PLANO</p> <p>PLANO DE AGUA</p>
<p>PROYECTADO POR:</p> <p>ING. JORGE LUIS VERA, OCHOA</p>	<p>DEPARTAMENTO:</p> <p>LIMA</p> <p>PROYECTO:</p> <p>BARBARO</p>	<p>SEGUNDO PISO</p>
<p>PROYECTADO POR:</p> <p>ING. JORGE LUIS VERA, OCHOA</p>	<p>FECHA:</p> <p>2020</p>	<p>FECHA:</p> <p>2020</p>
<p>PROYECTADO POR:</p> <p>ING. JORGE LUIS VERA, OCHOA</p>	<p>ESCALA:</p> <p>1/75</p>	<p>ESCALA:</p> <p>1/75</p>
<p>PROYECTADO POR:</p> <p>ING. JORGE LUIS VERA, OCHOA</p>	<p>PROYECTO:</p> <p>AD</p>	<p>PROYECTO:</p> <p>AD</p>

15-18



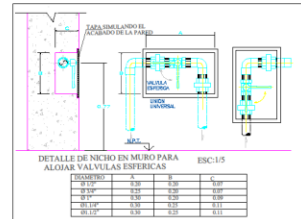
APARATOS SANITARIO AGUA
ESC: 1/25



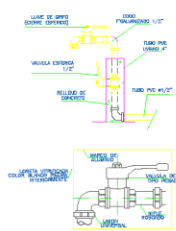
LEYENDA AGUA			
SIMBOLO	DESCRIPCION	SIMBOLO	DESCRIPCION
	MEJORADOR DE AGUA		TEE
	TUBERIA DE AGUA FRIA		TEE EN SUBIDA
	TUBERIA DE AGUA FRIA SUSPENDIDA EN TECHO		TEE EN BAJADA
	CRUCE SIN CONEXION		UNION UNIVERSAL
	CODO DE 90°		VALVULA DE COMPUERTA
	CODO DE 45°		VALVULA CHECK
	CODO DE 90° SUBE		VALVULA DE RIBOGO
	CODO DE 90° BAJA		VALVULA FLOTADORA

ESPECIFICACIONES TECNICAS

- RED DE AGUA:**
- TODOS LOS MATERIALES, TUBERIAS Y ACCESORIOS A UTILIZARSE EN LAS REDES DE AGUA FRIA, SERAN DE BUENA CALIDAD DE ACUERDO CON LAS NORMAS ESTIPULADAS EN EL REGLAMENTO NACIONAL DE CONSTRUCCIONES DEL PERU.
 - LAS TUBERIAS PARA AGUA FRIA DE PVC RIGIDO CLASE 10, UNION A SIMPLE PRESION Y O UNION ROSCADA, INCLUYENDO SUS ACCESORIOS.
 - SE UTILIZARA PEGAMENTO ESPECIAL PARA C PVC CON AISLAMIENTO TERMICO APROPIADO.
 - LAS VALVULAS DE COMPUERTA SERAN DE ASIENTO DE BRONCE, EN CADA VALVULA SE INSTALARA UNA UNION UNIVERSAL, CUANDO SE TRATE DE TUBERIAS VISIBLES Y DOS UNIONES UNIVERSALES CUANDO SE INSTALE LA VALVULA EN CAJA O NICHO.
 - TODO EL RECORRIDO DE AGUA CALIENTE SE ENCONTRARA PROTEGIDO CON MATERIAL.
 - LAS REDES DE AGUA FRIA SERAN PRORADAS CON NORMAS DE MANO A 100L/h² DURANTE 15 MINUTOS SIN QUE PRESENTEN FUGAS O PERDIDAS DE PRESION.



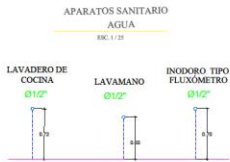
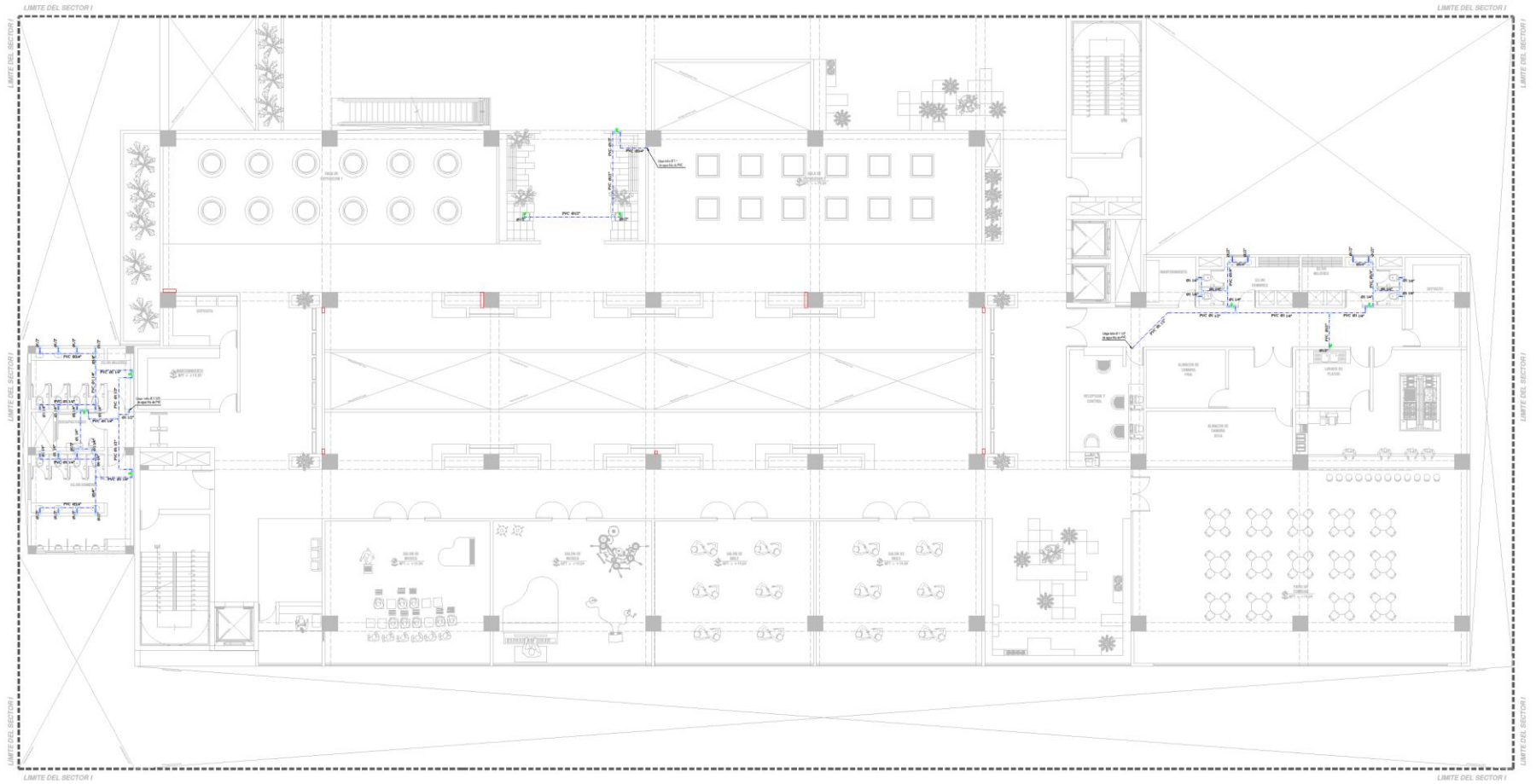
DETALLE DE SALIDA DE AGUA EN LOS PUESTOS



SECTOR I

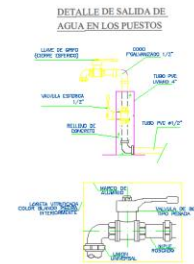
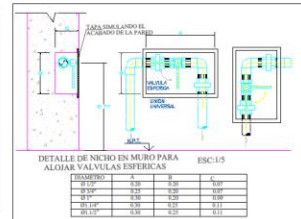
PROYECTO DE AGUA
PLANO DE AGUA-TERCER PISO
ESC: 1/75

<p>UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO</p>	<p>UNIDAD DE PROYECTO INVESTIGADOR:</p> <p>MERCADO DE ABASTOS COMO DINAMISADOR DEL TURISMO GASTRONOMICO EN LIMA METROPOLITANA 2019</p> <p>SAOY MERCADO PISO 3, BARRIO</p>	<p>INSTALACIONES SANITARIAS</p>
	<p>UNIDAD DE PROYECTO ARQUITECTONICO:</p> <p>CENTRO GASTRONOMICO CULTURAL</p>	<p>PLANO</p> <p>PLANO DE AGUA</p>
<p>FACULTAD DE ARQUITECTURA</p> <p>ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA</p>	<p>DEPARTAMENTO: LIMA</p> <p>PROFESOR: BARRIANO</p>	<p>FECHA: 2020</p> <p>PROYECTO: 15-19</p>
<p>SECTOR I</p> <p>PROYECTO DE AGUA</p>		<p>FECHA: 1/75</p> <p>PROYECTO: 2020</p> <p>PROYECTO: AD</p>



LEYENDA AGUA			
SIMBOLO	DESCRIPCION	SIMBOLO	DESCRIPCION
	MEDIDOR DE AGUA		TEE
	TUBERIA DE AGUA FRIA		TEE EN SUBIDA
	TUBERIA DE AGUA FRIA SUSPENDIDA EN TERCIO		TEE EN BAJADA
	CRUCE SIN CONEXION		UNION UNIVERSAL
	CODO DE 90°		VALVULA DE COMPUERTA
	CODO DE 45°		VALVULA CHECK
	CODO DE 90° SUBE		VALVULA DE RIEGO
	CODO DE 90° BAJA		VALVULA FLOTADORA

ESPECIFICACIONES TECNICAS	
RED DE AGUA:	
- TODOS LOS MATERIALES, TUBERIAS Y ACCESORIOS A UTILIZARSE EN LAS REDES DE AGUA FRIA, SERAN DE BUENA CALIDAD DE ACUERDO CON LAS NORMAS ESTIPULADAS EN EL REGLAMENTO NACIONAL DE CONSTRUCCIONES DEL PERU.	
- LAS TUBERIAS PARA AGUA FRIA DE PVC RIGIDO CLASE 10, UNION A SIMPLE PRESION Y/O UNION ROSCADAS, INCLUYENDO SUS ACCESORIOS.	
- SE UTILIZARA PEGAMENTO ESPECIAL PARA C PVC CON AISLAMIENTO TERMICO APROPIADO.	
- LAS VALVULAS DE COMPUERTA SERAN DE ASIENTO DE BRONCE, EN CADA VALVULA SE INSTALARA UNA UNION UNIVERSAL, CUANDO SE TRATE DE TUBERIAS VISIBLES Y DOS UNIONES UNIVERSALES CUANDO SE INSTALE LA VALVULA EN CAJA O NICHOS.	
- TODO EL RECORRIDO DE AGUA CALIENTE SE ENCONTRARA PROTEGIDO CON MATERIAL.	
- LAS REDES DE AGUA FRIA SERAN PRORADAS CON NORMAS DE MANO A 10M.83yq2 DURANTE 15 MINUTOS SIN QUE PRESENTEN FUGAS O PERDIDAS DE PRESION.	

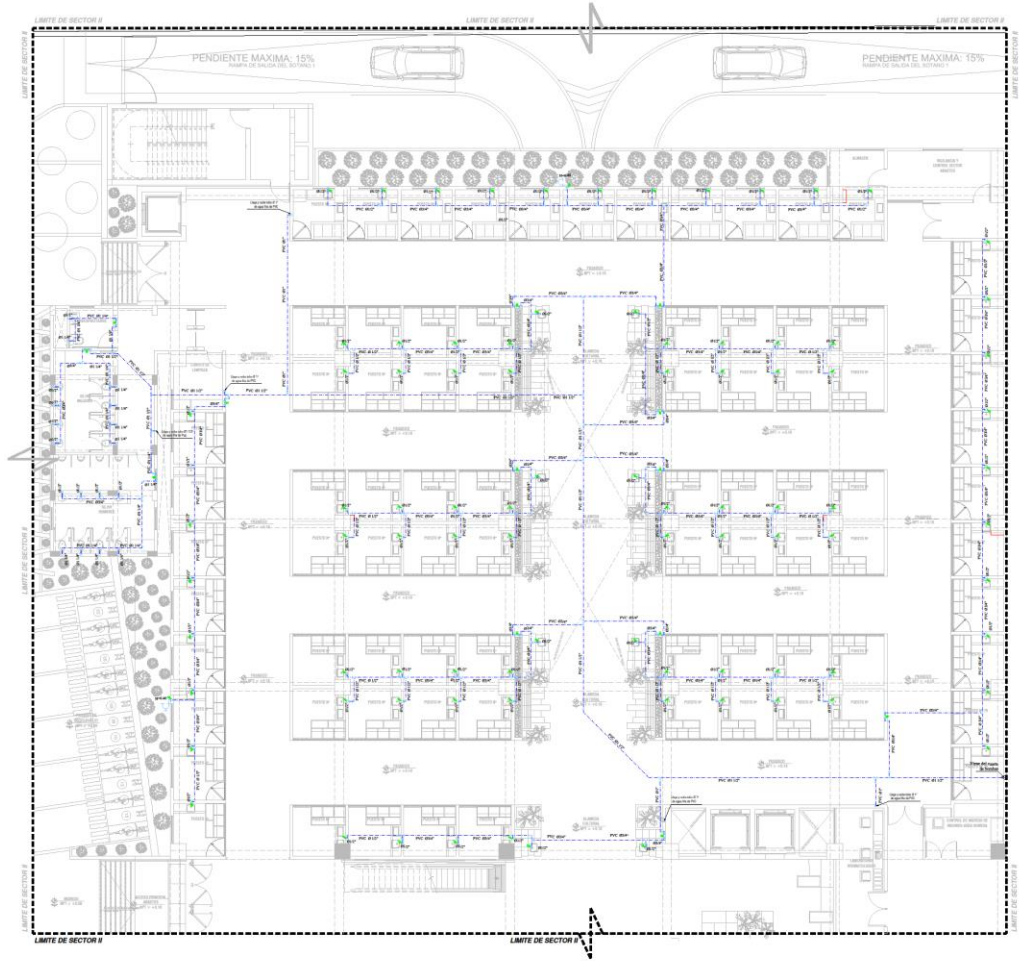


SECTOR I

PROYECTO DE AGUA
PLANO DE AGUA-CUARTO #10
ESC: 1/75

 UNIVERSIDAD DE SAN VALERO	TÍTULO DE PROYECTO INVESTIGADOR: MERCADO DE ABASTOS COMO DINAMISADOR DEL TURISMO GASTRONÓMICO EN LIMA METROPOLITANA, 2019	INSTALACIONES SANITARIAS PLANO DE AGUA
	TÍTULO DE PROYECTO ARQUITECTO: DISEÑO GASTRONÓMICO CULTURAL	REGION: LIMA
FACULTAD DE ARQUITECTURA ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA	DEPARTAMENTO: PREVENCIÓN Y DISEÑO	UNIVERSIDAD: UNIV. JOSÉ LUIS VIGORE, CHILO
ESCALA: 1/75	FECHA: 2020	NÚMERO DE PLANOS: IS-20
AUTORES: AD	PROYECTO: AD	

Planos de agua – SECTOR 2

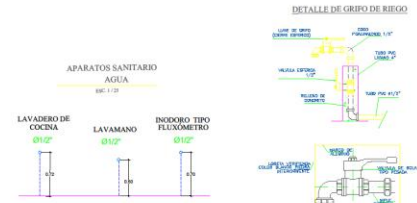
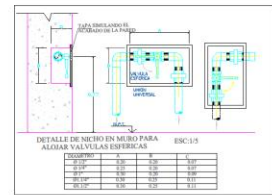


LEYENDA AGUA			
SÍMBOLO	DESCRIPCIÓN	SÍMBOLO	DESCRIPCIÓN
	MEIDOR DE AGUA		TEE
	TUBERIA DE AGUA FRIA		TEE EN PARED
	TUBERIA DE AGUA FRIA SUSPENSA EN TETO		TEE EN BAIADA
	CRUCE SIN CONEXION		UNION UNIVERSAL
	CUDO DE 90°		VALVULA DE CUBIERTA
	CUDO DE 45°		VALVULA CHECK
	CUDO DE 90° SUBE		VALVULA DE REGO
	CUDO DE 90° BAJA		VALVULA FLUOTADORA

ESPECIFICACIONES TECNICAS

RED DE AGUA:

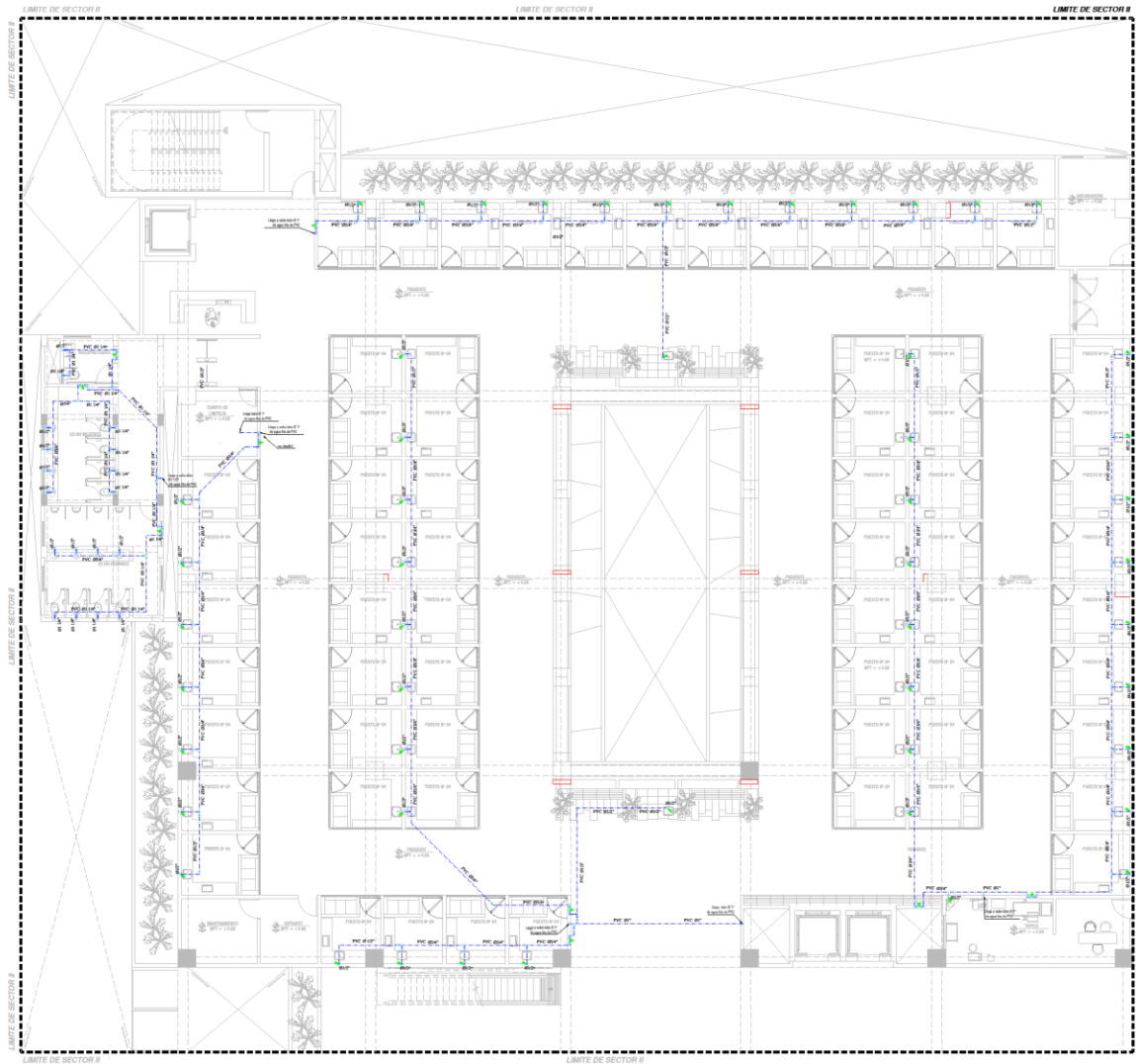
- TODOS LOS MATERIALES, TUBERIAS Y ACCESORIOS A UTILIZARSE EN LAS REDES DE AGUA FRIA, SERAN DE BUENA CALIDAD DE ACUERDO CON LAS NORMAS ESTIPULADAS EN EL REGLAMENTO NACIONAL DE CONSTRUCCIONES DEL PERU.
- LAS TUBERIAS PARA AGUA FRIA DE PVC, RIGIDO CLASE IA, UNION A SIMPLE PRESION Y/O UNION BANCADA, INCLUIDOS SUS ACCESORIOS.
- SE UTILIZARA PROFUNDIDAD ESPECIAL PARA C/PVC CON AISLAMIENTO TERMOACO APROPIADO.
- LAS VALVULAS DE CUBIERTA SERAN DE ABIENTO DE BRONCE, EN CADA VALVULA SE INSTALARA UNA UNION UNIVERSAL, CUANDO SE TRATE DE TUBERIAS VISIBLES Y DOS UNIONES UNIVERSALES CUANDO SE INSTALE LA VALVULA EN CAJO O NICO.
- TODO EL RECORRIDO DE AGUA CALIENTE SE ENCONTRARA PROTEGIDO CON MATERIAL.
- LAS REDES DE AGUA FRIA SERAN PROBADAS CON BOMBAS DE MANO A 100PSIG DURANTE 15 MINUTOS SIN QUE PRESENTEN FUGAS O PERDIDAS DE PRESION.



SECTOR II

PROYECTO DE AGUA
PLANO DE AGUA-PRIMER PISO
ESC 1/75

<p>UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO</p> <p>FACULTAD DE ARQUITECTURA</p> <p>ESCUELA DE ARQUITECTURA</p>	<p>PROYECTO DE INVESTIGACION</p> <p>MEGACRO DE APARTOS COMO DINAMIZADOR DEL COMERCIO EN LA LINEA HEREDUPUNTAL EN EL CASO MEGACRO NEG 2 BARRANCO</p>	<p>ESPECIFICACIONES</p> <p>INSTALACIONES SANITARIAS</p>
	<p>PROYECTO DE INVESTIGACION</p> <p>CENTRO BARRANCO SUR</p>	<p>PLANO DE AGUA</p>
	<p>DEPARTAMENTO</p> <p>LINEA HEREDUPUNTAL</p> <p>CASO</p> <p>BARRANCO</p>	<p>PRIMER PISO</p>
	<p>PROYECTO DE INVESTIGACION</p> <p>MEGACRO DE APARTOS COMO DINAMIZADOR DEL COMERCIO EN LA LINEA HEREDUPUNTAL EN EL CASO MEGACRO NEG 2 BARRANCO</p>	<p>PROYECTO DE INVESTIGACION</p> <p>MEGACRO DE APARTOS COMO DINAMIZADOR DEL COMERCIO EN LA LINEA HEREDUPUNTAL EN EL CASO MEGACRO NEG 2 BARRANCO</p>
<p>SECTOR II</p>	<p>FECHA</p> <p>1/75</p> <p>FECHA</p> <p>2020</p> <p>PROYECTO</p> <p>AO</p>	<p>IS-21</p>

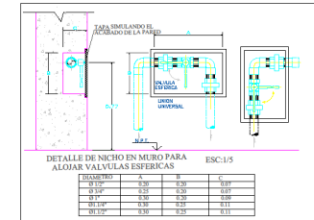


LEYENDA AGUA			
SÍMBOLO	DESCRIPCIÓN	SÍMBOLO	DESCRIPCIÓN
	MEDIDOR DE AGUA		TEE
	TUBERÍA DE AGUA FRÍA		TEE EN SUBIDA
	TUBERÍA DE AGUA FRÍA SUSPENDIDA EN TECTO		TEE EN BAJADA
	CRUCE SIN CONEXIÓN		UNIÓN UNIVERSAL
	CODO DE 90°		VALVULA DE COMPUERTA
	CODO DE 45°		VALVULA CHECK
	CODO DE 90° SUBE		VALVULA DE REGO
	CODO DE 90° BAJA		VALVULA FLOTADORA

ESPECIFICACIONES TECNICAS

RED DE AGUA:

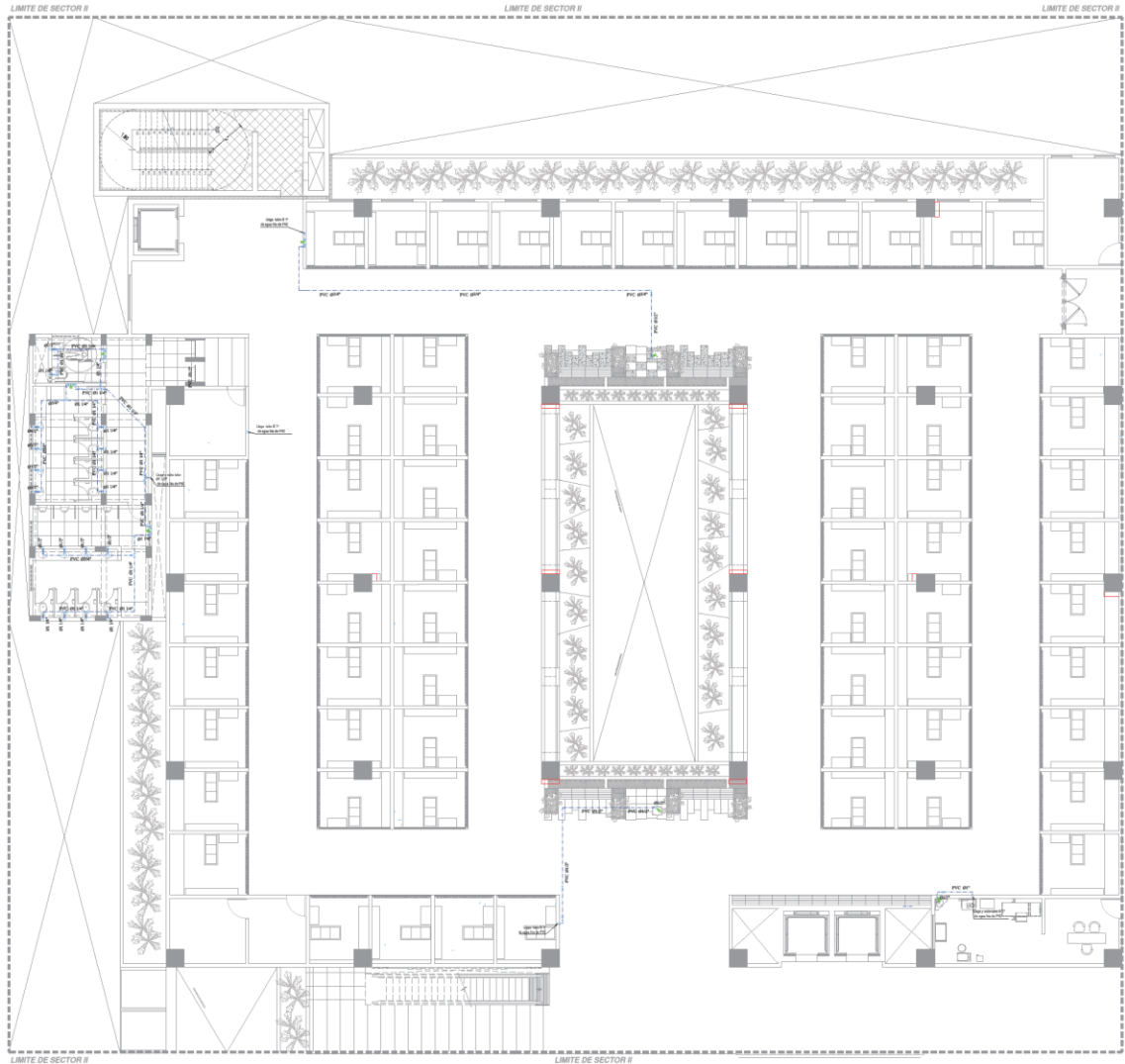
- TODOS LOS MATERIALES, TUBERIAS Y ACCESORIOS A UTILIZARSE EN LAS REDES DE AGUA FRÍA, SERAN DE BUENA CALIDAD DE ACUERDO CON LAS NORMAS ESTIPULADAS EN EL REGLAMENTO NACIONAL DE CONSTRUCCIONES DEL PERU.
- LAS TUBERIAS PARA AGUA FRÍA DE PVC RIGIDO CLASE 10, UNION A SIMPLE PRESION Y/o UNION ROSCADA, INCLUYENDO SUS ACCESORIOS.
- SE UTILIZARA PEGAMENTO ESPECIAL PARA C PVC CON AISLAMIENTO TERMICO APROPIADO.
- LAS VALVULAS DE COMPUERTA SERAN DE ASIENTO DE BRONCE, EN CADA VALVULA SE INSTALARA UNA UNION UNIVERSAL CUANDO SE TRATE DE TUBERIAS VISIBLES Y DOS UNIONES UNIVERSALES CUANDO SE INSTALE LA VALVULA EN CAJA O NICHOS.
- TODO EL RECORRIDO DE AGUA CALIENTE SE ENCONTRARA PROTEGIDO CON MATERIAL.
- LAS REDES DE AGUA FRÍA SERAN PROBADAS CON BOMBAS DE MANO A 100Lbs/m² DURANTE 15 MINUTOS SIN QUE PRESENTEN FUGAS O PERDIDAS DE PRESION.



SECTOR II
 PROYECTO DE AGUA
 PLANO DE AGUA-PRIMER PISO
 ESC 1/75

<p>UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO</p>	<p>TÍTULO DE PROYECTO INGENIERÍA:</p> <p>MERCADO DE ABASTOS COMO DINAMISADOR DEL TURISMO GASTRONÓMICO EN LIMA METROPOLITANA, 2019</p> <p>TÍTULO DE PROYECTO ARQUITECTÓNICO:</p> <p>DENTRO GASTRONOMÍA CULTURAL</p>	<p>ESPECIALIDAD:</p> <p>INSTALACIONES SANITARIAS</p>
	<p>FACULTAD DE ARQUITECTURA</p> <p>PROFESIONAL DE ARQUITECTURA</p>	<p>DEPARTAMENTO:</p> <p>LIMA</p> <p>PROFESORA:</p> <p>BARBARO</p>
<p>SECTOR II</p> <p>INSTRUMENTACIÓN: 10/2019</p>		<p>PROYECTADO POR:</p> <p>JOSÉ LUIS VÁSQUEZ GÓMEZ</p> <p>ESCALA:</p> <p>1/75</p> <p>FECHA:</p> <p>2020</p> <p>PROYECTO:</p> <p>AD</p>

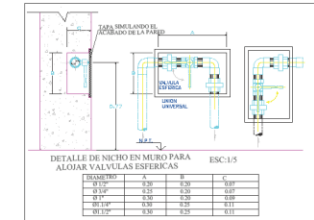
IS-22



LEYENDA AGUA			
SÍMBOLO	DESCRIPCIÓN	SÍMBOLO	DESCRIPCIÓN
	MEDIDOR DE AGUA		TEE
	TUBERÍA DE AGUA FRÍA		TEE EN SUBIDA
	TUBERÍA DE AGUA FRÍA SUSPENDIDA EN TECHO		TEE EN BAJADA
	CRUCE SIN CONEXION		UNION UNIVERSAL
	CODO DE 90°		VALVULA DE COMPUERTA
	CODO DE 45°		VALVULA CHECK
	CODO DE 90° SUBE		VALVULA DE REGO
	CODO DE 90° BAJA		VALVULA FLOTADORA

ESPECIFICACIONES TECNICAS

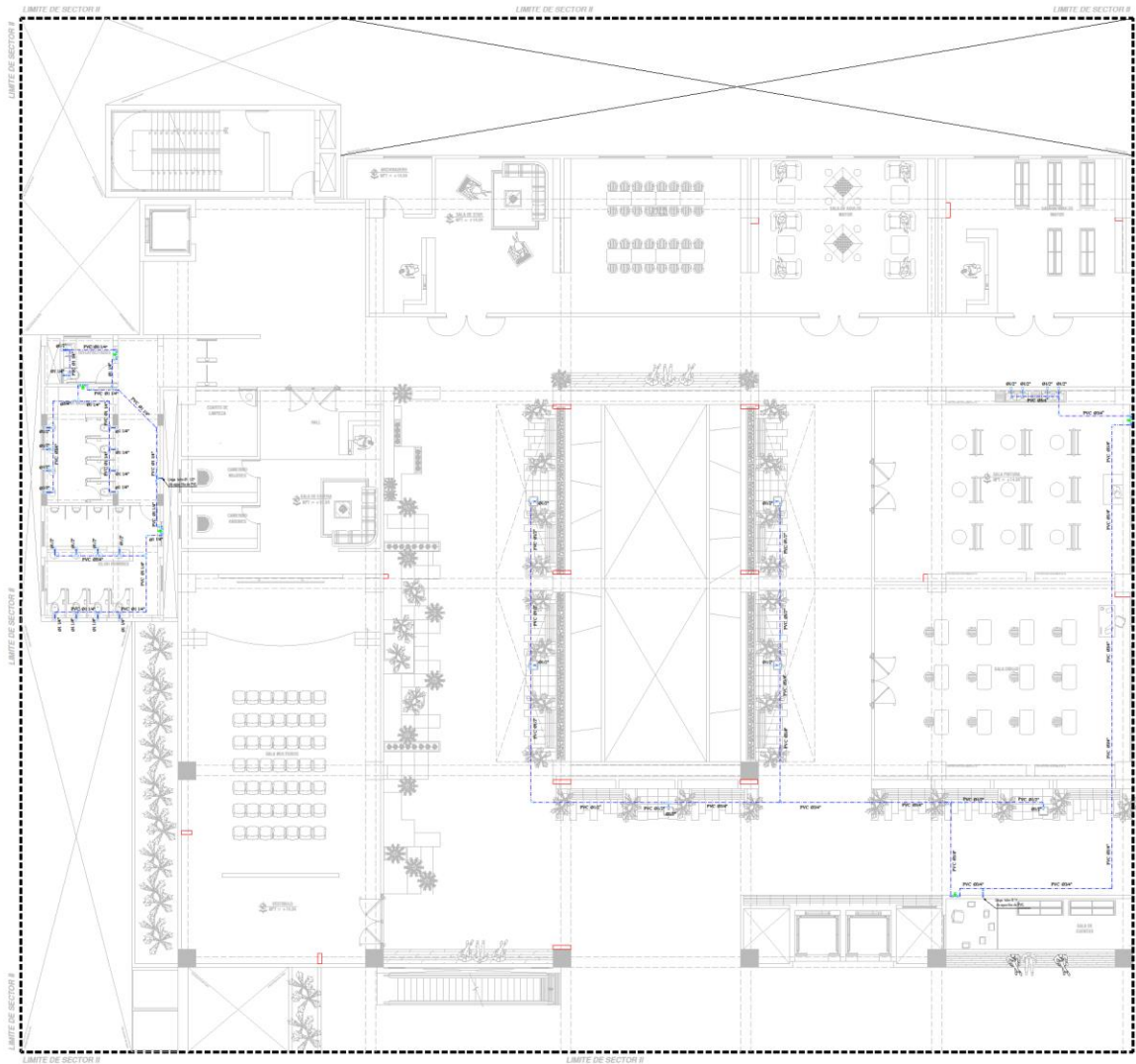
- RED DE AGUA:**
- TODOS LOS MATERIALES, TUBERIAS Y ACCESORIOS A UTILIZARSE EN LAS REDES DE AGUA FRÍA, SERAN DE BUENA CALIDAD DE ACUERDO CON LAS NORMAS ESTIPULADAS EN EL REGLAMENTO NACIONAL DE CONSTRUCCIONES DEL PERU.
 - LAS TUBERIAS PARA AGUA FRÍA DE PVC RIGIDO CLASE 10, UNION A SIMPLE PRESSION Y/o UNION ROSCADA, INCLUYENDO SUS ACCESORIOS.
 - SE UTILIZARA PEGAMENTO ESPECIAL PARA C PVC, CON AISLAMIENTO TERMICO APROPIADO.
 - LAS VALVULAS DE COMPUERTA SERAN DE ASIENTO DE BRONCE, EN CADA VALVULA SE INSTALARA UNA UNION UNIVERSAL CUANDO SE TRATE DE TUBERIAS VISIBLES Y DOS UNIONES UNIVERSALES CUANDO SE INSTALE LA VALVULA EN CAJA O NICHOS.
 - TODO EL RECORRIDO DE AGUA CALIENTE SE ENCONTRARA PROTEGIDO CON MATERIAL.
 - LAS REDES DE AGUA FRÍA SERAN PROBADAS CON BOMBAS DE MANO A 100Lb/pulg² DURANTE 15 MINUTOS SIN QUE PRESENTEN FUGAS O PERDIDAS DE PRESION.



APARATOS SANITARIO AGUA

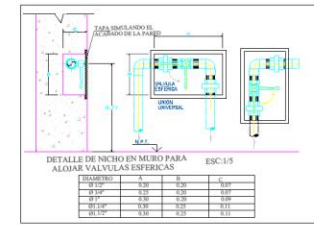


<p>UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO</p>	<p>TÍTULO DE PROYECTO INVESTIGACIÓN:</p> <p>MERCADO DE ABASTOS COMO DINAMISADOR DEL TURISMO GASTRONÓMICO EN LIMA METROPOLITANA, 2019</p> <p>BAJOS MERCADO PRIO 2, BARRIO</p>	<p>ESPECIALIDAD:</p> <p>INSTALACIONES SANITARIAS</p>
	<p>TÍTULO DE PROYECTO ARQUITECTÓNICO:</p> <p>DISEÑO GASTRONÓMICO CULTURAL</p>	<p>PLANO:</p> <p>PLANO DE AGUA</p>
<p>FACULTAD DE ARQUITECTURA</p> <p>ESCUELA DE ARQUITECTURA</p>	<p>UBICACIÓN:</p> <p>DEPARTAMENTO: LIMA</p> <p>PROVINCIA: BARRIO</p> <p>DISTRITO: BARRIO</p>	<p>PROYECTADO POR:</p> <p>ING. JUAN CARLOS VILLALBA</p>
<p>SECTOR II</p> <p>INVESTIGACIÓN, INNOVACIÓN Y CALIDAD</p>		<p>FECHA:</p> <p>1/75</p> <p>FECHA:</p> <p>2020</p> <p>PROYECTO:</p> <p>AD</p>



LEYENDA AGUA			
SÍMBOLO	DESCRIPCIÓN	SÍMBOLO	DESCRIPCIÓN
	MEIDOR DE AGUA		TEE
	TUBERIA DE AGUA FRIA		TEE EN SUBIDA
	TUBERIA DE AGUA FRIA SUSPENDIDA EN TECHO		TEE EN BAJADA
	CRISTE SIN CONEXION		UNION UNIVERSAL
	CODO DE 90°		VALVULA DE COMPUERTA
	CODO DE 45°		VALVULA CHECK
	CODO DE 90° SUBE		VALVULA DE REGO
	CODO DE 90° BAJA		VALVULA FLOTADORA

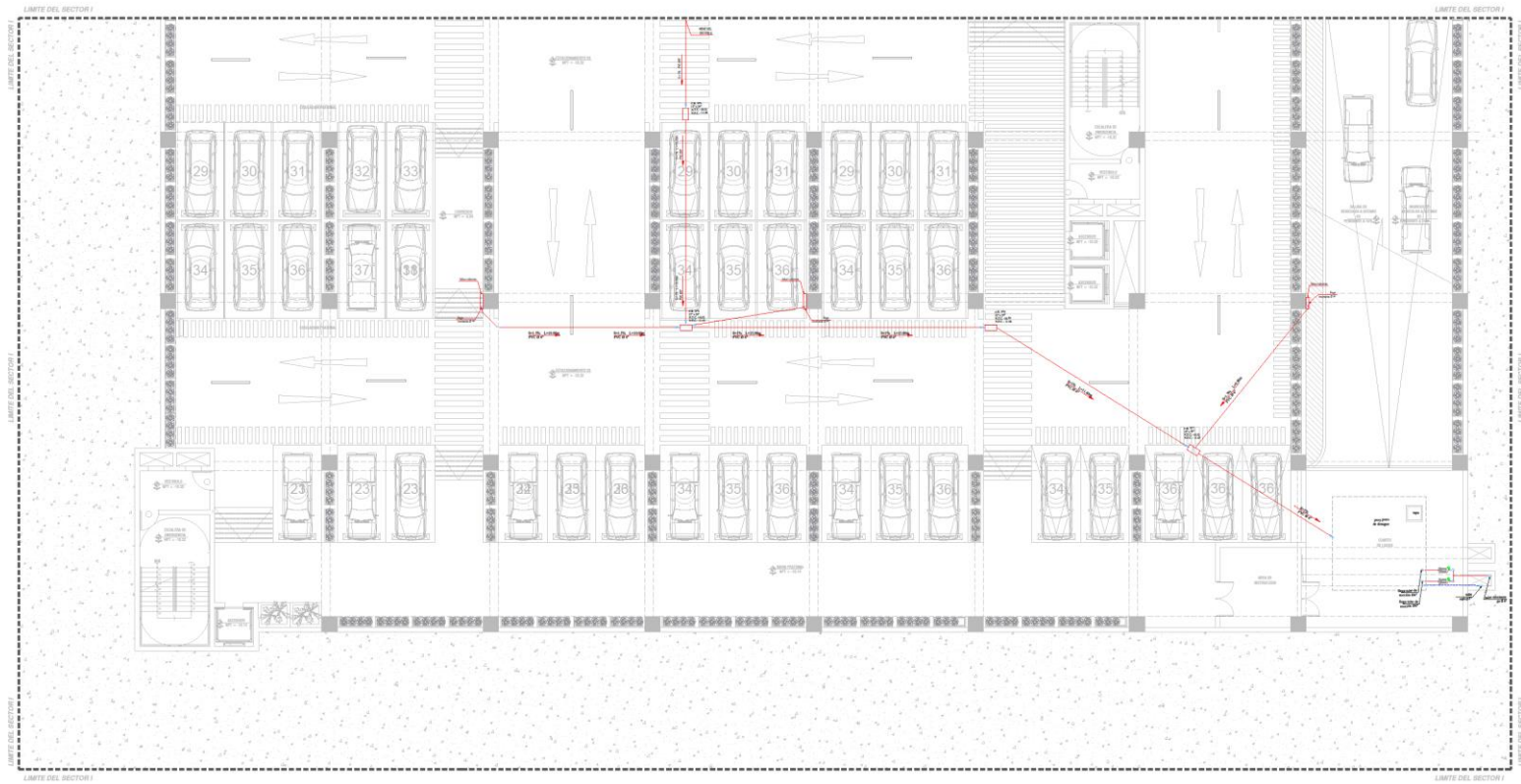
- ESPECIFICACIONES TECNICAS**
- RED DE AGUA:**
- TODOS LOS MATERIALES, TUBERIAS Y ACCESORIOS A UTILIZARSE EN LAS REDES DE AGUA FRIA, SERAN DE BUENA CALIDAD DE ACUERDO CON LAS NORMAS ESTIPULADAS EN EL REGLAMENTO NACIONAL DE CONSTRUCCIONES DEL PERU.
 - LAS TUBERIAS PARA AGUA FRIA DE PVC REGIDO CLASE 10, UNION A SIMPLE PRESION Y/o UNION ROSCADA, INCLUYENDO SUS ACCESORIOS.
 - SE UTILIZARA PEGAMENTO ESPECIAL PARA C PVC, CON AISLAMIENTO TERMICO APROPIADO.
 - LAS VALVULAS DE COMPUERTA SERAN DE ASIENTO DE BRONCE, EN CADA VALVULA SE INSTALARA UNA UNION UNIVERSAL, CUANDO SE TRATE DE TUBERIAS VISIBLES Y DOS UNIONES UNIVERSALES CUANDO SE INSTALE LA VALVULA EN CAJA O NICHOS.
 - TODO EL RECORRIDO DE AGUA CALIENTE SE ENCONTRARA PROTEGIDO CON MATERIAL.
 - LAS REDES DE AGUA FRIA SERAN PROBADAS CON BOMBAS DE MANO A 100L/h y 2g durante 15 minutos SIN QUE PRESENTEN FUGAS O PERDIDAS DE PRESION.



SECTOR II
PROYECTO DE AGUA
PLANO DE AGUA-PRIMER PISO
ESC: 1/75

<p>UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO</p>	<p>TÍTULO DE PROYECTO (OBLIGATORIO): MERCADO DE ABASTOS COMO DINAMISADOR DEL TURISMO GASTRONÓMICO EN LIMA METROPOLITANA, 2019</p>	<p>ESPECIALIDAD: INSTALACIONES SANITARIAS</p>
	<p>TÍTULO DE PROYECTO (OPCIONAL): DENTRO GASTRONOMIA CULTURAL</p>	<p>PLANO: PLANO DE AGUA</p>
<p>FACULTAD DE: ARQUITECTURA</p>	<p>DEPARTAMENTO: LIMA</p>	<p>PROYECTANTE: ING. JORGE LUIS VERA, OCHOA</p>
<p>PROFESIONAL DE: ARQUITECTURA</p>	<p>PROFESIONISTA: BARBARO</p>	<p>FECHA: 2020</p>
<p>SECTOR II INDEPENDENCIA, LIMA</p>		<p>FECHA: 1/75</p>
		<p>PROYECTO: AD</p>
		<p>IS-24</p>

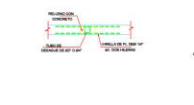
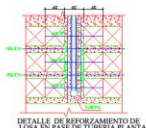
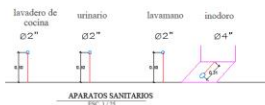
Planos de desagüe – SECTOR 1



LEYENDA DESAGUE			
SIMBOLO	DESCRIPCION	SIMBOLO	DESCRIPCION
	CAJA DE REGISTRO		SIENTO DE FLUJO
	CAJA OBRERA		TUBO SANITARIA
	TUBERIA DE DESAGUE		TUBERIA SIMPLE
	TUBERIA DE VENTILACION		REDUCCION
	TUBERIA DE DESAGUE REGISTRADA EN TUBO		TRAMPA 90°
	CODO DE 45°		TERMINAL DE VENTILACION EN TUBO
	CODO DE 90°		REENTRO BORGADO DE BRONCE
	CODO DE 90° CON VENT.		REMBESO

ESPECIFICACIONES TECNICAS

RED DE DESAGUE
 LAS TUBERIAS A EMPLEARSE EN LAS BARRAS SERAN DE PVC TIPO USANDO PVC AL CON ACCESORIOS DEL MISMO MATERIAL, CON UNOS PUNTO DE REAJUSTE SUPLENDO LAS CAJAS DE REGISTRO DE METAL OBRAS EN LOS PUNTO INDICADOS EN LOS PLANOS, SERAN DE ALUMINUMO SUPERFICIE BRILANTE, CON MARCHA PARA DE FRENTE O DORSO Y CON EL MISMO MATERIAL DEL PUNTO TERMINADO EN DIMENSIONES INDETERMINADAS.
 LAS TUBERIAS DE REGISTRO SERAN DE BRONCE, CON TAPA ACABADA BRILANTE Y BRAN TENDIDO A LA CARGA DEL PVC BORGADO CORRESPONDIENTE.
 TUBERIA, BORNES Y REENTRO, SERAN TUBERIAS CON PEGAMENTO DE CEMENTO SOLUCIONTE PARA TUBERIA DE PVC, SEGUN NORMAS PRODUCTOS PARA TUBERIA DE DESAGUE.
 Ø 2" = 1.5" (MUNDO)
 Ø 4" = 1.5" (MUNDO)
 Ø 6" = 1.5" (MUNDO)
 LAS TUBERIAS DE VENTILACION SE PROLONGARAN 40CM POR ENCIMA DEL N.T.T. Y LLEVARAN UN TERMINAL DE VENTILACION.
 PELEBAS
 LAS TUBERIAS DE DESAGUE SERAN PROTEGIDAS A TURO LLENDO DE AGUA DURANTE 24 HORAS SIN PRESENTAR PERDIDA DE AGUA.

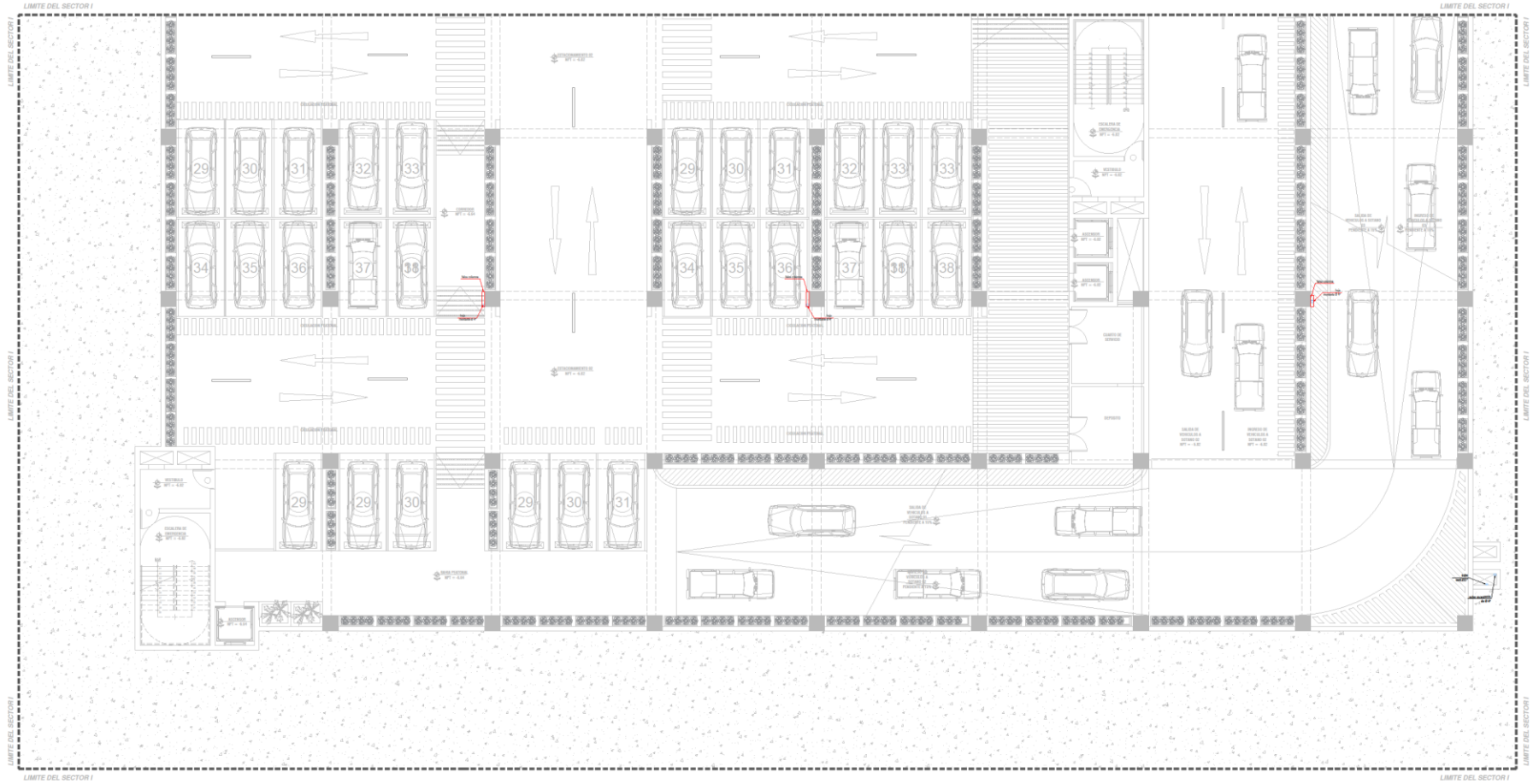


SECTOR I

PROYECTO DE DESAGUE
 PLANO DE DESAGUE-SOTANO 03
 ESC. 1/75



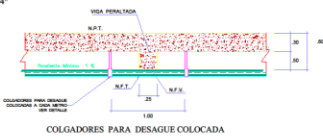
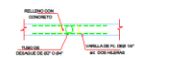
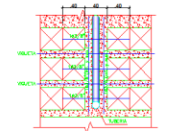
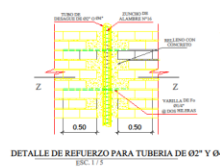
UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO FACULTAD DE ARQUITECTURA ESCUELA DE ARQUITECTURA		MENSAJE DE ABARTES COMO DINAMIZADOR DEL CENTRO GASTRONOMICO CULTURAL DEPARTAMENTO DE INGENIERIA CIVIL LINEA DE INVESTIGACION: BARRIO		INSTITUCIONES SANITARIAS PLAN DE DESAGUE ESTUDIO DE BARRIO N° 03	
SECTOR I SOTANO 03		TUBERIA DE DESAGUE REGISTRADA EN TUBO ESC. 1/75 AÑO DE ELABORACION: 2020 AUTOR: AD		TUBERIA DE DESAGUE REGISTRADA EN TUBO ESC. 1/75 AÑO DE ELABORACION: 2020 AUTOR: AD	



LEYENDA DESAGUE			
SIMBOLO	DESCRIPCION	SIMBOLO	DESCRIPCION
	CAJA DE REGISTRO		SENTIDO DE FLUJO
	CAJA CIEGA		TUBERIA DE DESAGUE
	TUBERIA DE VENTILACION		TUBERIA DE DESAGUE SUSPENDIDA EN TEJADO
	CODO DE 45°		CODO DE 90°
	CODO DE 90° CON VENT.		REGISTRO BOCADO DE BRONCE
	BOMBEO		

ESPECIFICACIONES TECNICAS

RED DE DESAGUE:
 - LAS TUBERIAS A EMPALMARE EN LAS REDES SERAN DE PVC TIPO LUSANO PVC-SAL CON ACCESORIOS DEL MISMO MATERIAL, CON UNIONES SELLADOR CON PEGAMENTO ESPECIAL.
 - LAS CAJAS DE REGISTROS SE INSTALARAN EN LOS BARRIOS INDICADOS EN LOS PLANOS. SERAN DE ALBAÑILERIA IMPERMEABILIZADAS, CON MARCO Y TAPA DE FIERRO FUNDIDO Y/O CON EL MISMO MATERIAL DEL PISO TERMINADA EN FORMEROS BOCADOS.
 - LOS REGISTROS BOCADOS SERAN DE BRONCE, CON TAPA BOCADA HERMETICA E IRAN UNIDOS A LA CARGA DEL ACCESORIO CORRESPONDIENTE.
 - LAS TUBERIAS Y ACCESORIOS PARA DESAGUE Y VENTILACION, SERAN DE PVC RIGIDA SAP DE UNION A SEMPLA PRESION, PESADA Y/O LIVIANA CON PEGAMENTO O CEMENTO A LA VENTA PARA TUBERIA DE PVC. SEGUN NORMAS.
 - PRESIDENTE PARA TUBERIAS DE DESAGUE:
 - Ø 2" - 1.5% (MINIMO)
 - Ø 4" - 1.0% (MINIMO)
 - LAS TUBERIAS DE VENTILACION SE PROLONGARAN 40CM POR ENCIMA DEL N.T.Y. Y LLEVARAN SOMBRERO DE VENTILACION.
 - PRESIDENTE PARA TUBERIA DE DESAGUE SERAN PROBADAS A TUBO LLENO DE AGUA DURANTE 24 HORAS SIN PRESENTAR PERDIDA DE NIVEL.



SECTOR I
 PROYECTO DE DESAGUE
 PLANO DE DESAGUE-SOTANO 02
 ESC: 1/75

<p>UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO</p> <p>FACULTAD DE ARQUITECTURA</p> <p>PROFESIONAL DE ARQUITECTURA</p>	<p>TÍTULO DE PROYECTO (INGENIERÍA):</p> <p>MERCADO DE ABASTOS COMO DINAMISADOR DEL TURISMO GASTRONÓMICO EN LIMA METROPOLITANA, SO19 (BARIO MERCADO NEG. S. BARRANCO)</p>	<p>INSTALACIONES SANITARIAS</p>
	<p>TÍTULO DE PROYECTO (ARQUITECTÓNICO):</p> <p>CENTRO GASTRONÓMICO CULTURAL</p>	<p>PLANO</p> <p>PLANO DE DESAGUE</p>
	<p>DEPARTAMENTO:</p> <p>LIMA</p> <p>PROVINCIA:</p> <p>BARRANCO</p>	<p>BARIO:</p> <p>SO19</p> <p>SECTOR:</p> <p>02</p>
	<p>FECHA:</p> <p>1/75</p> <p>PROYECTO:</p> <p>2020</p> <p>PROYECTISTA:</p> <p>AD</p>	<p>FECHA DE ENTREGA:</p> <p>IS-02</p>

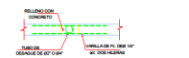
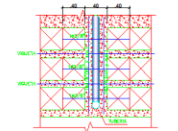
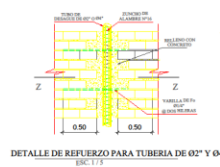


LEYENDA DESAGUE			
SIMBOLO	DESCRIPCION	SIMBOLO	DESCRIPCION
	CAJA DE REGISTRO		SENTIDO DE FLUIDO
	CAJA CIEGA		TUBERIA SENCILLA
	TUBERIA DE DESAGUE		TUBERIA DE VENTILACION
	TUBERIA DE DESAGUE SUSPENDIDA EN TEJADO		CODO DE 45°
	CODO DE 90°		CODO DE 90° CON VENT.

ESPECIFICACIONES TECNICAS

RED DE DESAGUE:

- LAS TUBERIAS A EMPALARSE EN LAS REDES SERAN DE PVC TIPO LUSANO PVC-SAL CON ACCESORIOS DEL MISMO MATERIAL, CON UNIONES SELADOR CON PEGAMENTO ESPECIAL.
- LAS CAJAS DE REGISTROS SE INSTALARAN EN LOS BARRIOS INDICADOS EN LOS PLANOS, SERAN DE ALBAÑILERIA IMPERMEABILIZADAS, CON MARCO Y TAPA DE FIERRO FUNDIDO Y/O CON EL MISMO MATERIAL DEL PISO TERMINADO EN DEMONSTRACIONES FORMAS.
- LOS REGISTROS BOCADOS SERAN DE BRONCE, CON TAPA BOCADA HERMETICA E IRAN UNIDA A LA CARGA DEL ACCESORIO.
- LAS TUBERIAS Y ACCESORIOS PARA DESAGUE Y VENTILACION, SERAN DE PVC RIGIDA SAP DE UNIDA A SIMILAR PRESION, PESADA Y/O LIVIANA CON PEGAMENTO O CEMENTO A LA VENTA PARA TUBERIA DE PVC, SEGUN NORMAS.
- PROFUNDIDADES PARA TUBERIAS DE DESAGUE:
 - Ø 2" - 15% (MINIMO)
 - Ø 4" - 15% (MINIMO)
 - Ø 6" - 15% (MINIMO)
- LAS TUBERIAS DE VENTILACION SE PROLONGARAN 40CM POR ENCIMA DEL N.T.Y. Y LLEVARAN SOMBRERO DE VENTILACION.
- PREVIAMENTE LAS TUBERIAS DE DESAGUE SERAN PROBADAS A TUBO LLENO DE AGUA DURANTE 24 HORAS SIN PRESENTAR PERDIDA DE NIVEL.

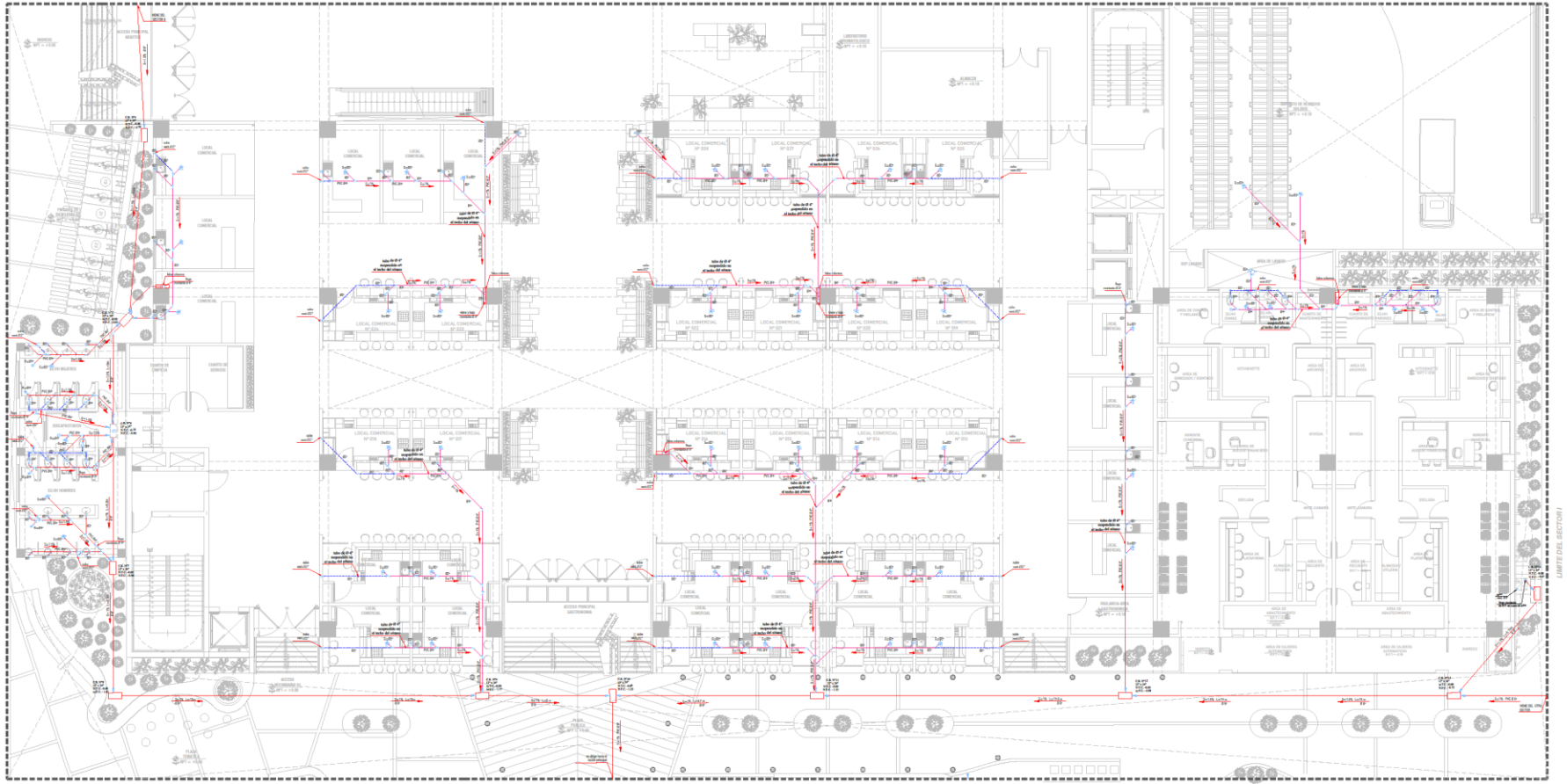


SECTOR I

PROYECTO DE DESAGUE
PLANO DE DESAGUE-SOTANO 01
ESC: 1/75

<p>UNIVERSIDAD DE SAN VALERO</p> <p>FACULTAD DE ARQUITECTURA</p> <p>PROFESORAL DE ARQUITECTURA</p>	<p>TITULO DE PROYECTO INVESTIGACION:</p> <p>MERCADO DE ABASTOS COMO DINAMISADOR DEL TURISMO GASTRONOMICO EN LIMA METROPOLITANA, 2019</p> <p>LABOR: MERCADO PISO 0, BARRANCO</p>	<p>INSTITUCIONES SANITARIAS</p> <p>PLANO</p> <p>PLANO DE DESAGUE</p>	
	<p>TITULO DE PROYECTO ARQUITECTONICO:</p> <p>CENTRO GASTRONOMICO CULTURAL</p>	<p>DEPARTAMENTO: LIMA</p> <p>PROFESORAL DE ARQUITECTURA</p> <p>PROFESOR: JUAN LUIS VERA, OSCAR</p>	<p>FECHA: 2020</p> <p>ESCALA: 1/75</p> <p>PROYECTO: AD</p>
	<p>FECHA: 2020</p> <p>ESCALA: 1/75</p> <p>PROYECTO: AD</p>	<p>FECHA: 2020</p> <p>ESCALA: 1/75</p> <p>PROYECTO: AD</p>	<p>FECHA: 2020</p> <p>ESCALA: 1/75</p> <p>PROYECTO: AD</p>
	<p>FECHA: 2020</p> <p>ESCALA: 1/75</p> <p>PROYECTO: AD</p>	<p>FECHA: 2020</p> <p>ESCALA: 1/75</p> <p>PROYECTO: AD</p>	<p>FECHA: 2020</p> <p>ESCALA: 1/75</p> <p>PROYECTO: AD</p>

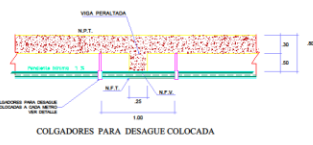
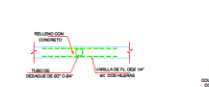
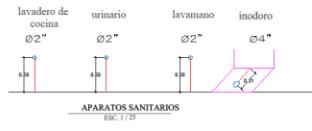
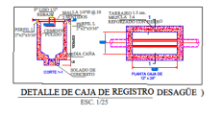
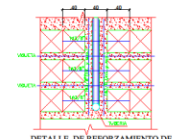
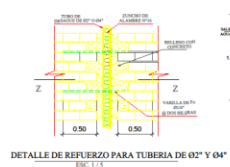
IS-03



LEYENDA DESAGUE			
SIMBOLO	DESCRIPCION	SIMBOLO	DESCRIPCION
	CAJA DE REGISTRO		SENTEADO DE PISO
	CAJA CERVA		TI" SANTIABA SIMPLE
	TUBERIA DE DESAGUE		REDUCCION
	TUBERIA DE VENTILACION SUSPENDIDA EN TECHO		TERMINAL DE VENTILACION EN TECHO
	CODO DE 45°		REGISTRO BISCADO DE BRONCE
	CODO DE 90° CON VENT.		REINERO

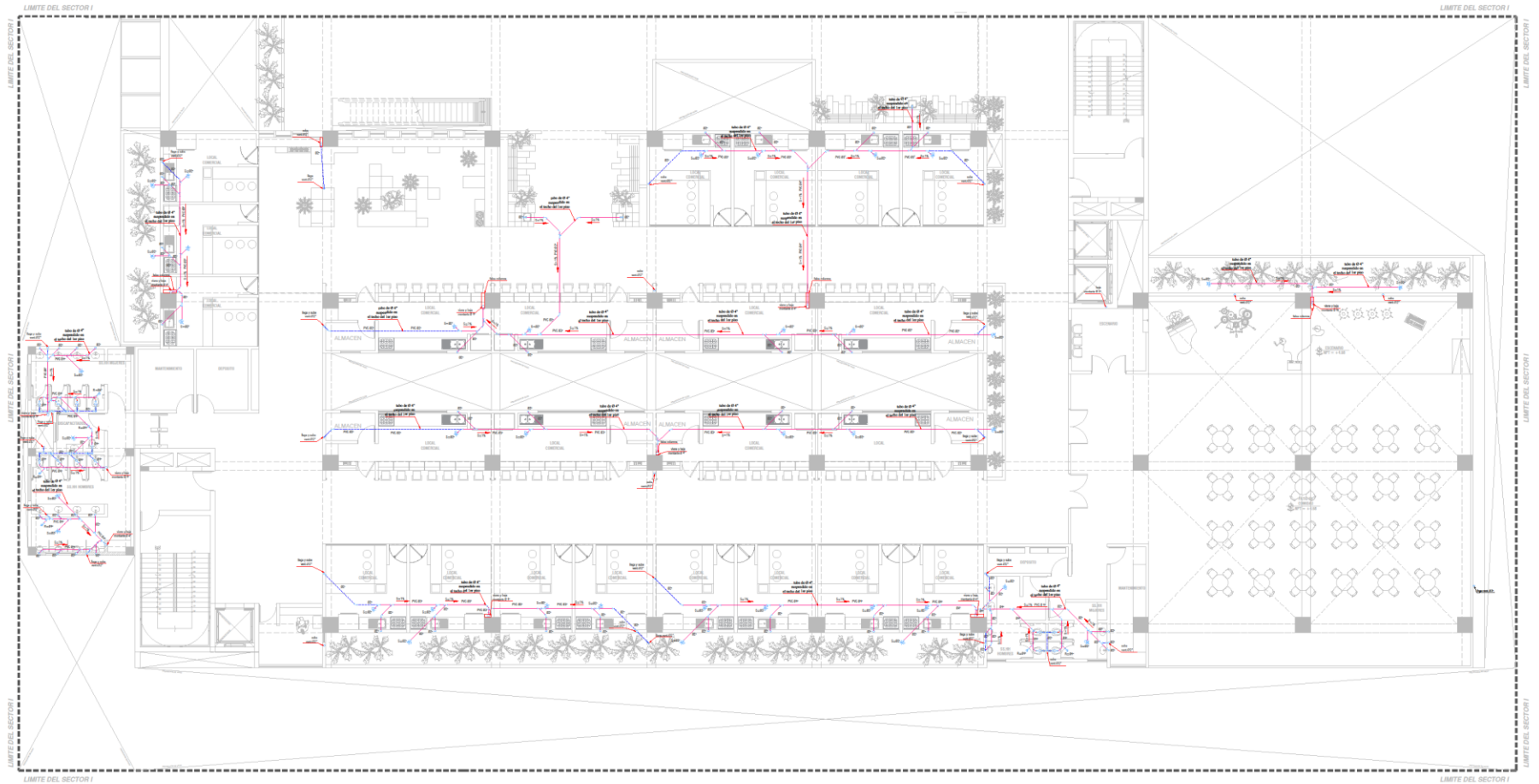
ESPECIFICACIONES TECNICAS

RED DE DESAGUE:
 - LAS TUBERIAS A EMPLEARSE EN LAS BARRAS SERAN DE PVC TIPO LITANO PVC/SAL CON ACCESORIOS DEL MISMO MATERIAL, CON UNIONES BELLADOR CON PEGAMENTO ESPECIAL.
 - LAS CAJAS DE REGISTROS SE INSTALARAN EN LOS PLANOS, SERAN DE ALUMINERIA IMPERMEABILIZADA, CON MADERO Y TAPA DE FIERRO FUNDIDO Y/O CON EL MISMO MATERIAL DEL PISO TERMINADO, EN VENTILACIONES BISCADAS.
 - LOS REGISTROS BISCADOS SERAN DE BRONCE, CON TAPA BISCADA HERMETICA E IRAN TENDIDA A LA CARGA DEL ACCESORIO CORRESPONDIENTE.
 - LAS TUBERIAS Y ACCESORIOS PARA DESAGUE Y VENTILACION, SERAN DE PVC REGIA SAP DE UNION A SEMPLA PRESION, PUNDA Y/O TUBAMA CON PEGAMENTO O CEMENTO.
 - PARA TUBERIA DE PVC, SEGUN NORMAS PERUVIANAS PARA TUBERIAS DE DESAGUE:
 - Ø 2" = 1.5% (MINIMO)
 - Ø 4" = 1.5% (MINIMO)
 - Ø 6" = 1.5% (MINIMO)
 - LAS TUBERIAS DE VENTILACION SE PROLONGARAN 60CM POR ENCIMA DEL N.T.T. Y LLEVARAN SOMBRERO DE VENTILACION.
 - LAS TUBERIAS DE DESAGUE SERAN PROBADAS A TUBO LLENO DE AGUA DURANTE 24 HORAS SIN PRESENTAR FUGAS DE NIVEL.



SECTOR I
 PROYECTO DE DESAGUE
 PLANO DE DESAGUE-PRIMER PISO
 ESC 1/75

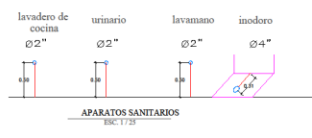
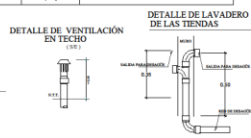
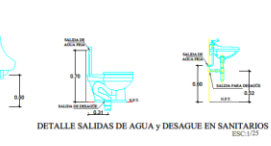
<p>UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO</p> <p>FACULTAD DE ARQUITECTURA</p> <p>PROFESOR(A) DE ARQUITECTURA</p>	<p>TITULO DE PROYECTO INVESTIGACION:</p> <p>MERCADO DE ABASTOS COMO DINAMISADOR DEL TURISMO GASTRONOMICO EN LIMA METROPOLITANA, 2019</p> <p>BARBO MARGO R. BARRANCO</p>	<p>TITULO DE PROYECTO ARQUITECTONICO:</p> <p>DISEÑO GASTRONOMICO CULTURAL</p>	<p>INSTALACIONES SANITARIAS</p>	
	<p>FACULTAD DE ARQUITECTURA</p>	<p>DEPARTAMENTO: LIMA</p> <p>PREFECTURA: BARRANCO</p>	<p>PLANO</p> <p>PLANO DE DESAGUE</p>	<p>PROYECTO: PRIMERA FASE</p>
	<p>PROFESOR(A) DE ARQUITECTURA</p>	<p>PROYECTO: 2020</p>	<p>ESCALA: 1/75</p>	<p>FECHA: 2020</p>
	<p>SECTOR I</p>	<p>PROYECTO: AD</p>	<p>FECHA: 2020</p>	<p>IS-04</p>



LEYENDA DESAGUE			
SIMBOLO	DESCRIPCION	SIMBOLO	DESCRIPCION
	CAJA DE REGISTRO		SENIDO DE FLEJO
	CAJA CIEGA		7" BANTARIA SIMPLE
	TUBERIA DE DESAGUE		REDUCCION
	TUBERIA DE VENTILACION		TRAMPA 7"
	TUBERIA DE DESAGUE SUSPENDIDA EN TECHO		TERMINAL DE VENTILACION EN TECHO
	CODO DE 45°		TERMINAL DE VENTILACION EN TECHO
	CODO DE 90°		REGISTRO BOCADO DE BRONCE
	CODO DE 90° CON VENT.		RISEDERO

ESPECIFICACIONES TECNICAS

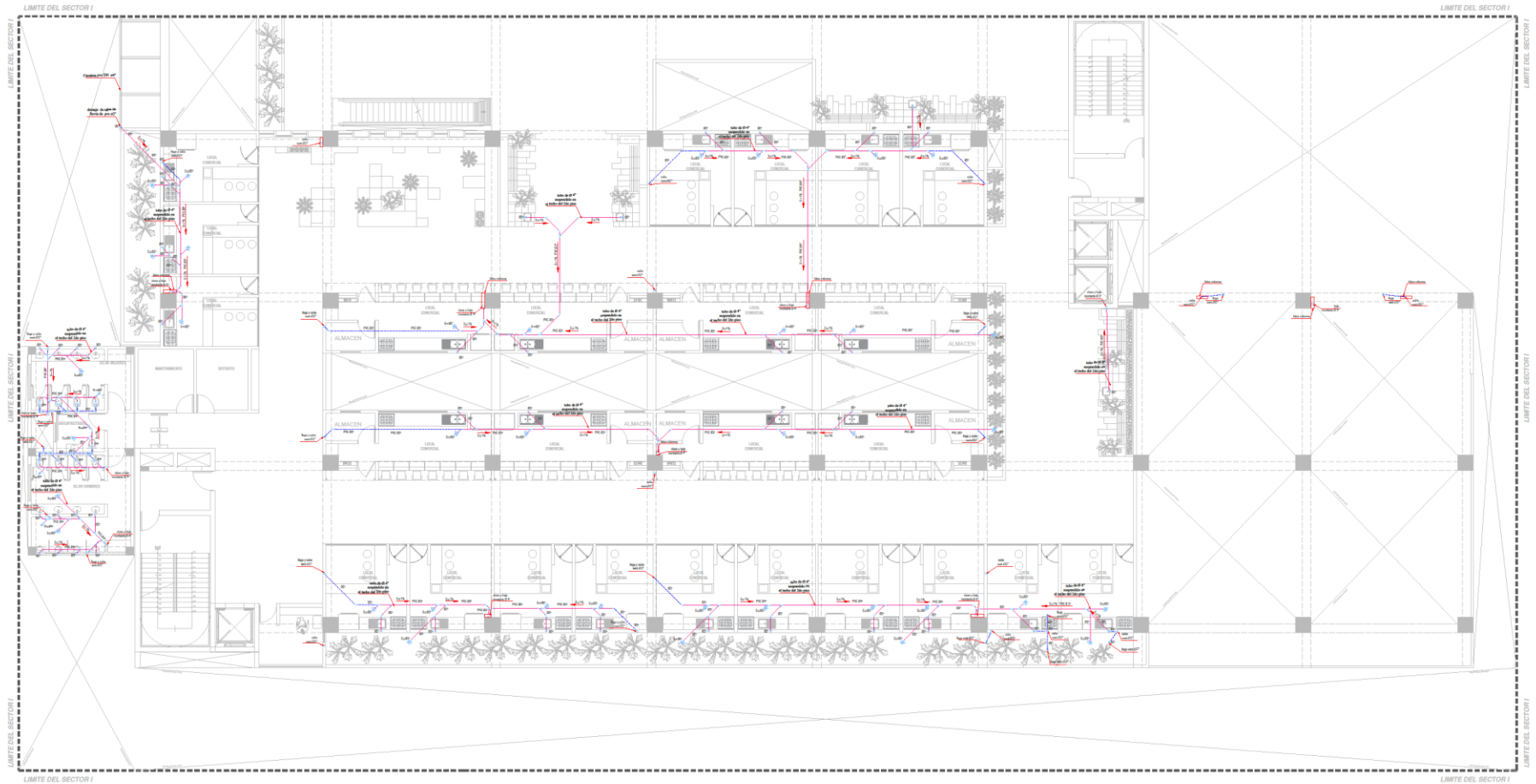
RED DE DESAGUE:
 - LAS TUBERIAS A EMPLEARSE EN LAS REDES SERAN DE PVC TIPO LUSANO PVC-SAL CON ACCESORIOS DEL MISMO MATERIAL, CON UNIONES SELADOR CON PEGAMENTO ESPECIAL.
 - LAS CAJAS DE REGISTRO SE INSTALARAN EN LOS UBICOS INDICADOS EN LOS PLANOS. SERAN DE ALBAÑERIA IMPERMEABILIZADA, CON MARCO Y TAPA DE FIERRO FUNDIDO Y/O CON EL MISMO MATERIAL DEL PISO TERMINADO EN DIMENSIONES POR MEDIDA.
 - LOS REGISTROS BOCADOS SERAN DE BRONCE, CON TAPA BOCADA HERMETICA E IRAN UNIDA A LA CARGA DEL ACCESORIO CORRESPONDIENTE.
 - LAS TUBERIAS Y ACCESORIOS PARA DESAGUE Y VENTILACION, SERAN DE PVC RIGIDA SAP DE UNDA A SIMILA PRESION, PESADA Y/O LIVIANA CON PEGAMENTO O CEMENTO DEL VENTE PARA TUBERIA DE PVC, SEGUN NORMAS.
 - PRESIONES PARA TUBERIAS DE DESAGUE:
 - 0.2" - 1.5" (MINIMO)
 - 0.4" - 1.0" (MINIMO)
 - 0.6" - 1.0" (MINIMO)
 - LAS TUBERIAS DE VENTILACION SE PROLONGARAN 40CM POR ENCIMA DEL N.T.T. Y LLEVARAN SOMBRERO DE VENTILACION.
 - PRESEAS.
 - LAS TUBERIAS DE DESAGUE SERAN PROBADAS A TUBO LLENO DE AGUA DURANTE 24 HORAS SIN PRESENTAR PERDIDA DE NIVEL.



SECTOR I

PROYECTO DE DESAGUE
 PLANO DE DESAGUE-SEGUNDO PISO
 ESC 1/75

<p>UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO</p> <p>FACULTAD DE ARQUITECTURA</p> <p>ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA</p>	<p>TITULO DE PROYECTO INVESTIGACION:</p> <p>MERCADO DE ABASTOS COMO DINAMISADOR DEL TURISMO GASTRONOMICO EN LIMA METROPOLITANA, 2019</p> <p>SABO MERCADO HNO. S. BARBAÑO</p>	<p>INSTALACIONES SANITARIAS</p>	
	<p>TITULO DE PROYECTO ARQUITECTONICO:</p> <p>CENTRO GASTRONOMICO CULTURAL</p>	<p>PLANO</p>	<p>PLANO DE DESAGUE</p>
	<p>DEPARTAMENTO: LIMA</p> <p>PROVINCIA: BARBAÑO</p>	<p>SEGUNDO PISO</p>	<p>PROYECTADO POR: JORGE LUIS VERA, OSCAR</p>
	<p>FECHA: 2020</p> <p>PROYECTADO POR: AD</p>	<p>ESCALA: 1/75</p>	<p>IS-05</p>

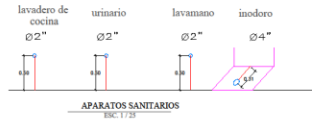
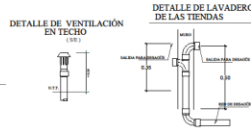
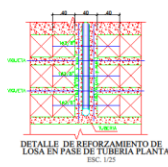
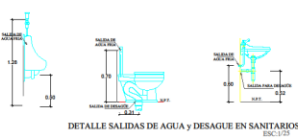
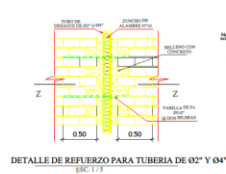


LEYENDA DESAGUE			
SIMBOLO	DESCRIPCION	SIMBOLO	DESCRIPCION
	CAJA DE REGISTRO		SENIDO DE FLEJO
	CAJA CIEGA		Tª SANTIAMA SIMPLE
	TUBERIA DE DESAGUE		REDUCCION
	TUBERIA DE VENTILACION SUSPENDIDA EN TECHO		TRAMPA Tª
	CODO DE 45°		TERMINAL DE VENTILACION EN TECHO
	CODO DE 90°		REGISTRO BOCADO DE BRONCE
	CODO DE 90° CON VENT.		RENDERO

ESPECIFICACIONES TECNICAS

RED DE DESAGUE:

- LAS TUBERIAS A EMPALMARE EN LAS BORNAS SERAN DE PVC TIPO LANSANO PVC-SAL CON ACCESORIOS DEL MISMO MATERIAL, CON UNIONES SELADOR CON PEGAMENTO ESPECIAL.
- LAS CAJAS DE REGISTRO SE INSTALARAN EN LOS LUGARES INDICADOS EN LOS PLANOS. SERAN DE ALBAÑERIA IMPERMEABILIZADAS, CON MARCO Y TAPA DE FIERRO FUNDIDO Y/O CON EL MISMO MATERIAL DEL PISO TERMINADO EN DIMENSIONES NORMADAS.
- LOS REGISTROS BOCADOS SERAN DE BRONCE, CON TAPA BOCADA HERMETICA E IRAN UNIDA A LA CARGA DEL ACCESORIO CORRESPONDIENTE.
- LAS TUBERIAS Y ACCESORIOS PARA DESAGUE Y VENTILACION, SERAN DE PVC RIGIDA SAP DE UNIDA A SIMILAR PRESION, PESADA Y/O LIVIANA CON PEGAMENTO O CEMENTO A LA VENTA PARA TUBERIA DE PVC, SEGUN NORMAS.
- PROFUNDIDAD PARA TUBERIA DE DESAGUE:
 - 0'2" - 15% (MINIMO)
 - 0'4" - 10% (MINIMO)
 - 0'6" - 10% (MINIMO)
- LAS TUBERIAS DE VENTILACION SE PROLONGARAN 40CM POR ENCIMA DEL N.T.T. Y LLEVARAN SOMBRERO DE VENTILACION.
- PRESENCIA:
- LAS TUBERIAS DE DESAGUE SERAN PROTEGIDAS A TUBO LLENO DE AGUA DURANTE 24 HORAS SIN PRESENTAR PERDIDA DE NIVEL.

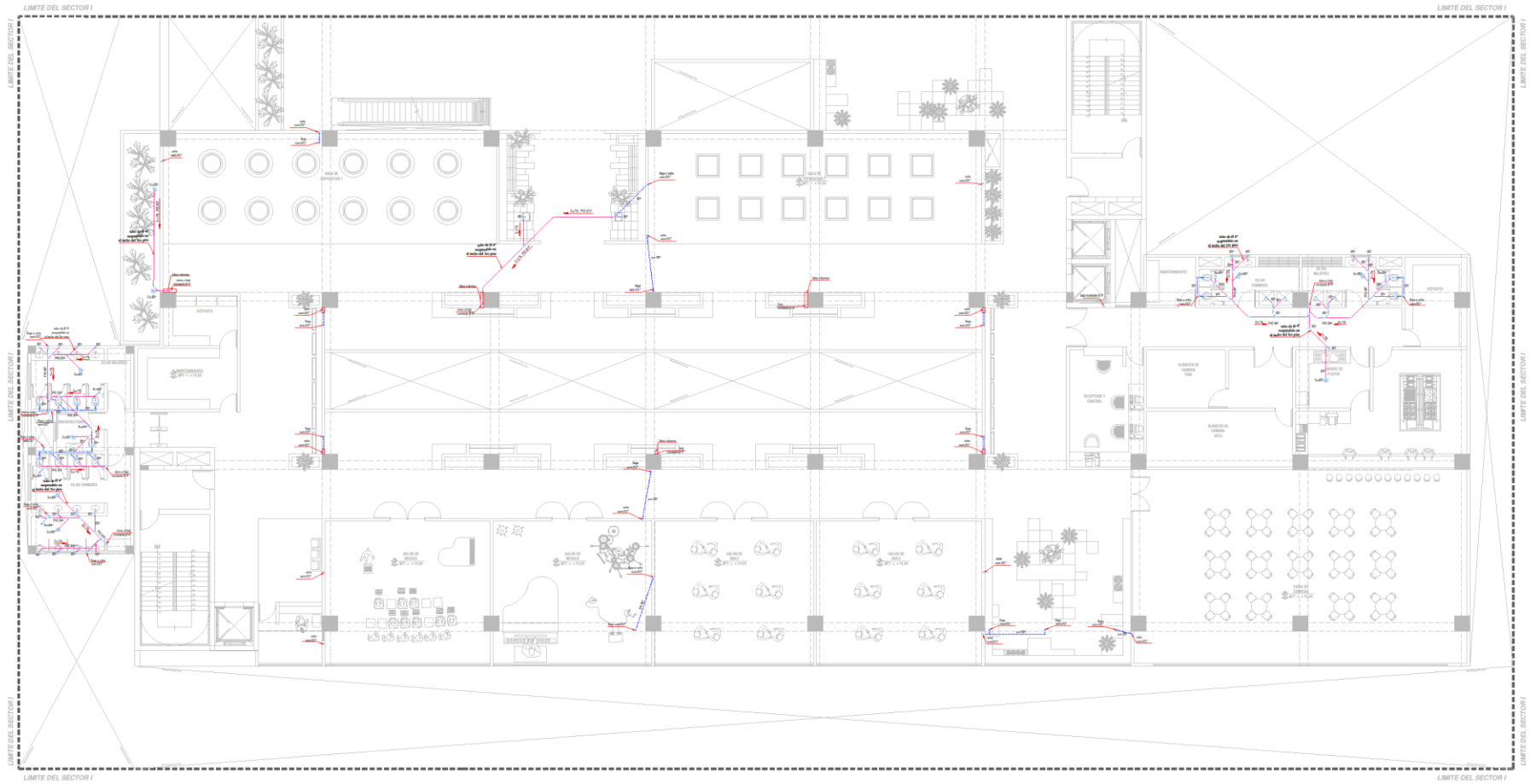


SECTOR I

PROYECTO DE DESAGUE
PLANO DE DESAGUE-TERCER PISO
ESC 1/75

<p>UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO</p> <p>FACULTAD DE ARQUITECTURA</p> <p>ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA</p>	<p>TÍTULO DE PROYECTO INVESTIGADOR:</p> <p>MERCADO DE ABASTOS COMO DINAMISADOR DEL TURISMO GASTRONÓMICO EN LIMA METROPOLITANA, 2019</p> <p>SABO MERCADO PISO 3, BARRANCO</p>	<p>INSTALACIONES SANITARIAS</p>
	<p>TÍTULO DE PROYECTO ARQUITECTÓNICO:</p> <p>DISEÑO GASTRONÓMICO CULTURAL</p>	<p>PLANO</p> <p>PLANO DE DESAGUE</p>
	<p>DEPARTAMENTO:</p> <p>LIMA</p> <p>PROFESIONAL DE:</p> <p>ABASTOS</p>	<p>REGION:</p> <p>TELAGUAYO</p> <p>PROYECTO:</p> <p>2020</p>
	<p>PROYECTISTA:</p> <p>AD</p>	<p>FECHA:</p> <p>1/75</p> <p>FECHA:</p> <p>2020</p> <p>FECHA:</p> <p>AD</p>

IS-06

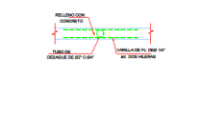
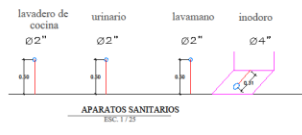
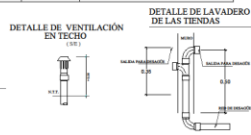
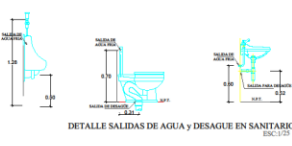
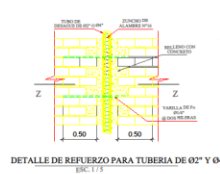


LEYENDA DESAGUE			
SIMBOLO	DESCRIPCION	SIMBOLO	DESCRIPCION
	CAJA DE REGISTRO		SENTIDO DE FLEJO
	CAJA CIEGA		TUBERIA SENCILLA
	TUBERIA DE DESAGUE		TUBERIA DE VENTILACION
	TUBERIA DE DESAGUE SUSPENDIDA EN TECHO		TRAMPA T
	CODO DE 45°		TERMINAL DE VENTILACION EN TECHO
	CODO DE 90°		REGISTRO ROSCADO DE BRONCE
	CODO DE 90° CON VENT.		BUNDEO

ESPECIFICACIONES TECNICAS

RED DE DESAGUE:

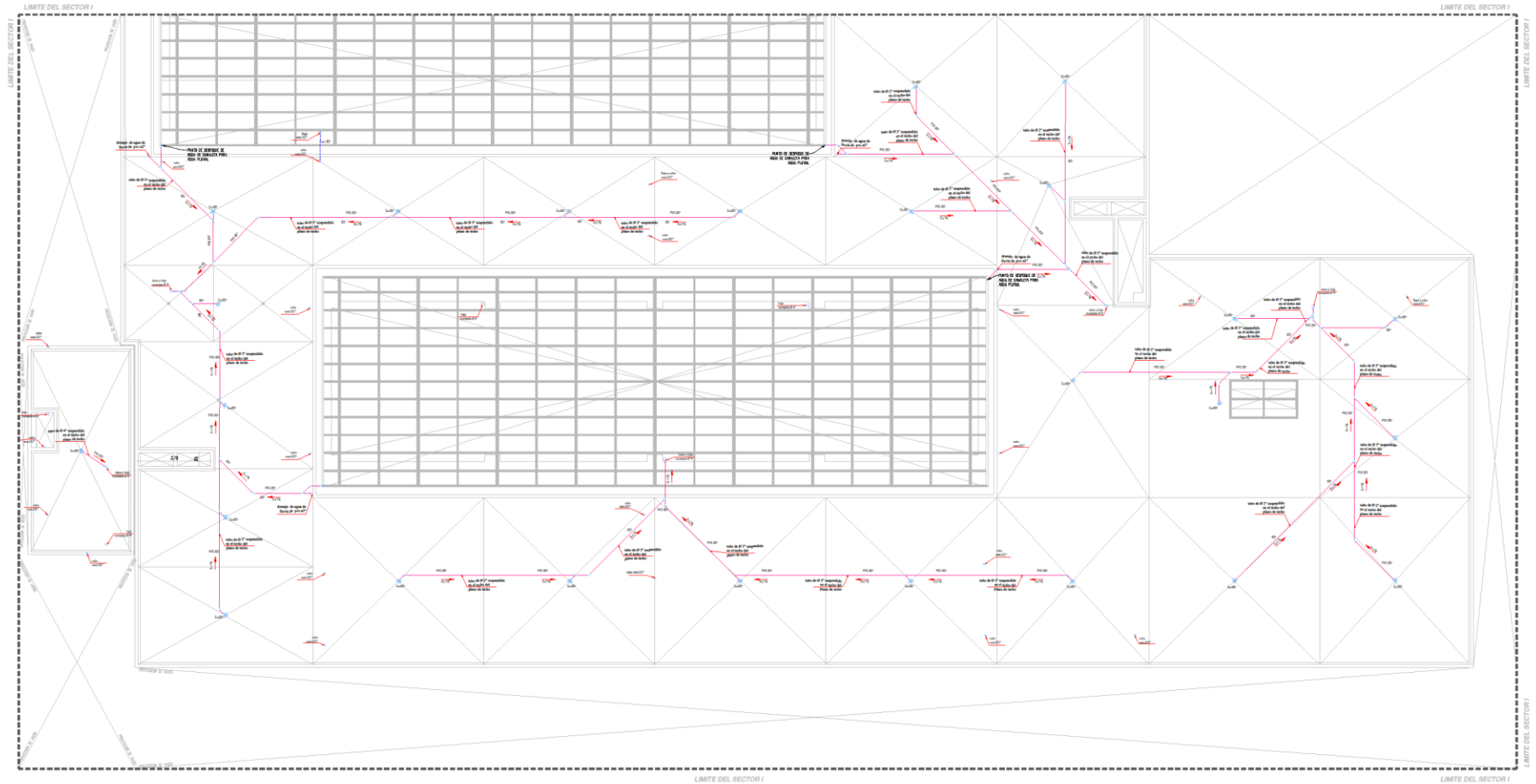
- LAS TUBERIAS A EMPALMARE EN LAS UNIONES SERAN DE PVC TIPO LUSANO PVC-SAL CON ACCESORIOS DEL MISMO MATERIAL, CON UNIONES DEL LADOR CON PEGAMENTO ESPECIAL.
- LAS CAJAS DE REGISTROS SE INSTALARAN EN LOS PUNOS INDICADOS EN LOS PLANOS, SERAN DE ALBAÑILERIA IMPERMEABILIZADAS, CON MARCO Y TAPA DE FIERRO FUNDIDO Y/O CON EL MISMO MATERIAL DEL PISO TERMINADO EN DIMENSIONES POR DARSE.
- LOS REGISTROS ROSCADOS SERAN DE BRONCE, CON TAPA ROSCADA HERMETICA E IRAN UNIDA A LA CARGA DEL ACCESORIO CORRESPONDIENTE.
- LAS TUBERIAS Y ACCESORIOS PARA DESAGUE Y VENTILACION, SERAN DE PVC RIGIDA SAP DE UNION A SIMPLE PRESION, PEGADA Y/O LIGADA CON PEGAMENTO O CEMENTO A LA VENTA PARA TUBERIA DE PVC, SEGUN NORMAS.
- PROFUNDIDADES PARA TUBERIAS DE DESAGUE:
 - 0'2" - 15% (MINIMO)
 - 0'4" - 10% (MINIMO)
 - 0'6" - 10% (MINIMO)
- LAS TUBERIAS DE VENTILACION SE PROLONGARAN 40CM POR ENCIMA DEL N.T.Y. Y LLEVARAN SOMBRERO DE VENTILACION.
- PREVENIR: LAS TUBERIAS DE DESAGUE SERAN PROBADAS A TUBO LLENO DE AGUA DURANTE 24 HORAS SIN PRESENTAR PERDIDA DE NIVEL.



SECTOR I

PROYECTO DE DESAGUE
PLANO DE DESAGUE-CUARTO PISO
ESC 1/75

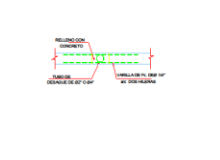
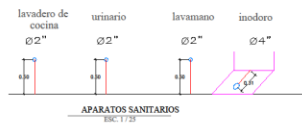
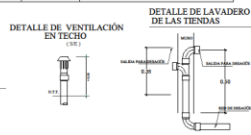
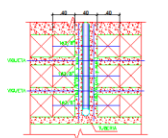
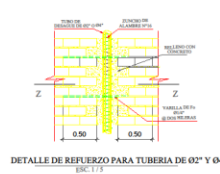
<p>UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO</p> <p>FACULTAD DE ARQUITECTURA</p> <p>ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA</p>	<p>TITULO DE PROYECTO INVESTIGACION:</p> <p>MERCADO DE ABASTOS COMO DINAMISADOR DEL TURISMO GASTRONOMICO EN LIMA METROPOLITANA, 2019</p> <p>SAVED MERCADO PISO 8, BARRANCO</p>	<p>ESPECIALIDAD:</p> <p>INSTALACIONES SANITARIAS</p>
	<p>TITULO DE PROYECTO ARQUITECTONICO:</p> <p>CENTRO GASTRONOMICO CULTURAL</p>	<p>PLANO:</p> <p>PLANO DE DESAGUE</p>
	<p>DEPARTAMENTO:</p> <p>LIMA</p> <p>PROVINCIA:</p> <p>BARRANCO</p>	<p>REGION:</p> <p>CUARTO PISO</p>
	<p>PROYECTISTA:</p> <p>ING. JORGE LUIS VERA, OCHOA</p>	<p>FECHA:</p> <p>2020</p>
<p>SECTOR I</p>	<p>FECHA:</p> <p>2020</p>	<p>ESCALA:</p> <p>1/75</p>
	<p>FECHA:</p> <p>2020</p>	<p>PROYECTO:</p> <p>IS-07</p>



LEYENDA DESAGUE			
SIMBOLO	DESCRIPCION	SIMBOLO	DESCRIPCION
	CAJA DE REGISTRO		SENTIDO DE FLEJO
	CAJA CUBIERTA		TUBERIA SIMPLE
	TUBERIA DE DESAGUE		REDUCCION
	TUBERIA DE VENTILACION SUSPENDIDA EN TECHO		TRAMPA "P"
	CODO DE 45°		TERMINAL DE VENTILACION EN TECHO
	CODO DE 90°		REGISTRO BORDADO DE BRONCE
	CODO DE 90° CON VENT.		RENDERERO

ESPECIFICACIONES TECNICAS

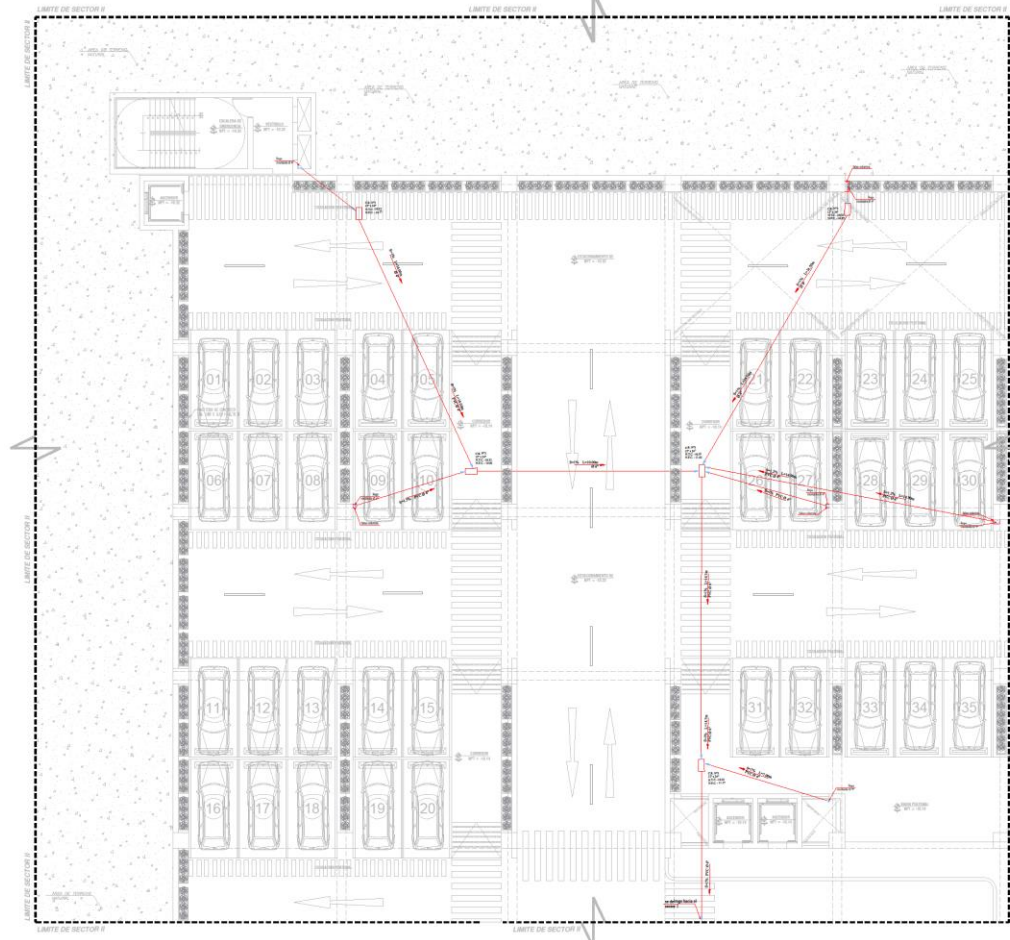
RED DE DESAGUE:
 - LAS TUBERIAS A EMPALARSE EN LAS BODEGAS SERAN DE PVC TIPO LUSANO PVC-SAL CON ACCESORIOS DEL MISMO MATERIAL, CON UNIONES DEL LADOR CON PEGAMENTO ESPECIAL.
 - LAS CAJAS DE REGISTROS SE INSTALARAN EN LOS LUGARES INDICADOS EN LOS PLANOS, SERAN DE ALBAÑERIA IMPERMEABILIZADAS, CON MARCO Y TAPA DE FIERRO FUNDIDO Y/O CON EL MISMO MATERIAL DEL PISO TERMINADO EN DIMENSIONES INDICADAS.
 - LOS REGISTROS BORDADOS SERAN DE BRONCE, CON TAPA BORDADA HERMETICA E IRAN UNIDAS A LA CARGA DEL ACCESORIO CORRESPONDIENTE.
 - LAS TUBERIAS Y ACCESORIOS PARA DESAGUE Y VENTILACION, SERAN DE PVC RIGIDA SAP DE UNDA A SIMILA PRESION, PESADA Y/O LIVIANA CON PEGAMENTO O CEMENTO AL VIENTO PARA TUBERIA DE PVC. SEGUN NORMAS.
 - PENDIENTES PARA TUBERIA DE DESAGUE:
 - 0.2" - 1.5% (MINIMO)
 - 0.4" - 1.0% (MINIMO)
 - 0.6" - 1.0% (MINIMO)
 - LAS TUBERIAS DE VENTILACION SE PROLONGARAN 40CM POR ENCIMA DEL N.T.T. Y LLEVARAN SOMBRERO DE VENTILACION.
 - PRESENCIA:
 - LAS TUBERIAS DE DESAGUE SERAN PROBADAS A TUBO LLENO DE AGUA DURANTE 24 HORAS SIN PRESENTAR PERDIDA DE NIVEL.



SECTOR I
 PROYECTO DE DESAGUE
 PLANO DE DESAGUE-TECHOS
 ESC 1/75

 UNIVERSIDAD DE SAN VALERO FACULTAD DE ARQUITECTURA ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA	TITULO DE PROYECTO INGENIERIA: MERCADO DE ABASTOS COMO DINAMISADOR DEL TURISMO GASTRONOMICO EN LIMA METROPOLITANA, 2019 SARDI MERCADO PROY. R. BARRANCO	ESPECIALIDAD: INSTALACIONES SANITARIAS
	TITULO DE PROYECTO ARQUITECTONICO: CENTRO GASTRONOMICO CULTURAL	PLANOS: PLANO DE DESAGUE
	DEPARTAMENTO: LIMA	REGION: LIMA
	DISEÑADO POR: JUAN CARLOS VASQUEZ	ASESORADO POR: JUAN CARLOS VASQUEZ
ESCALA: 1/75	FECHA: 2020	NOMBRE DE LAMINA: IS-08
PROYECTO: AD		

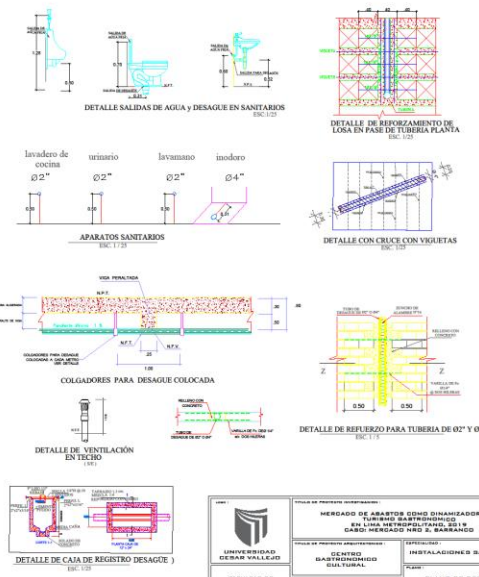
Planos de desagüe – SECTOR 2



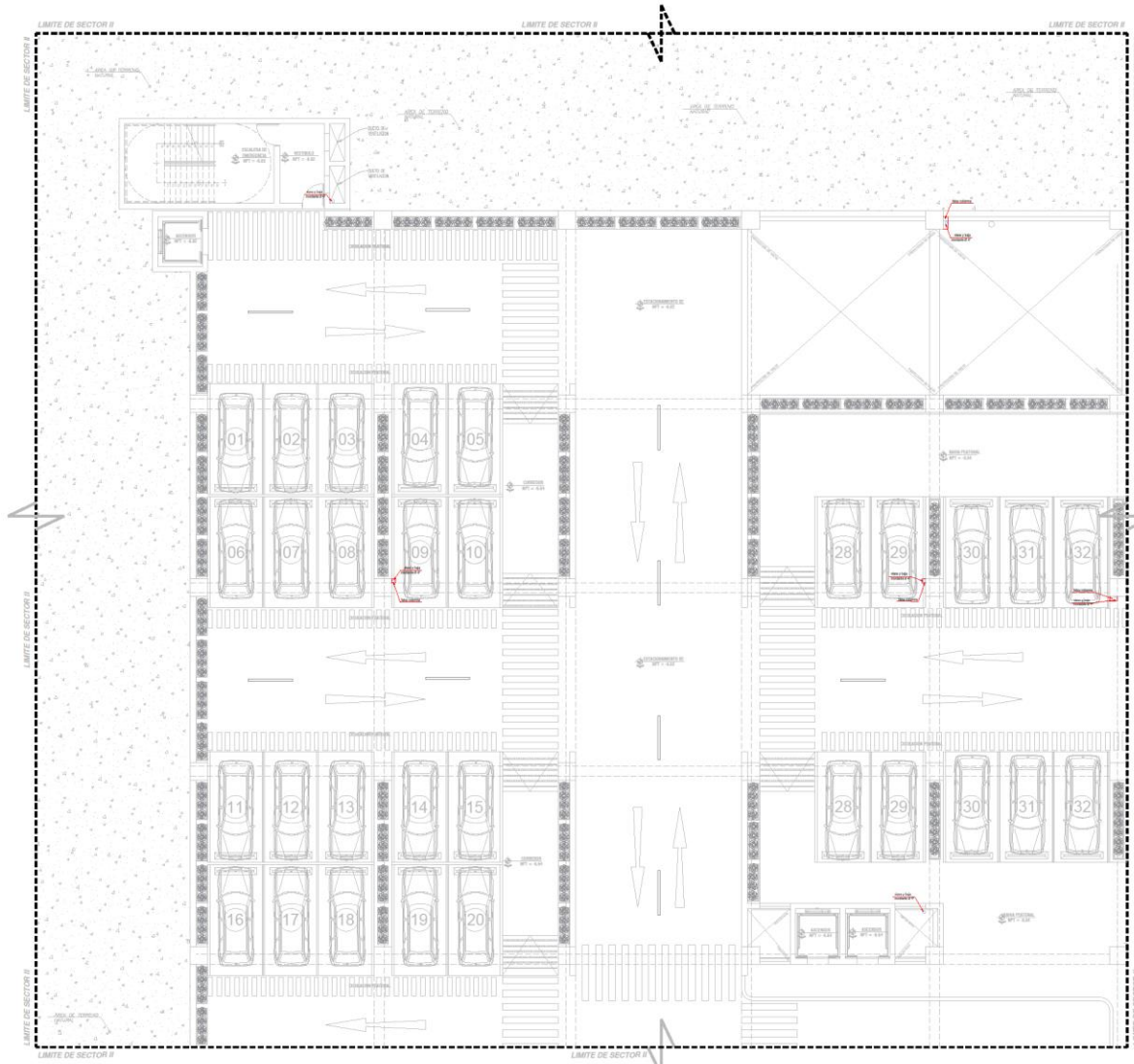
LEYENDA DESAGUE			
SIMBOLO	DESCRIPCION	SIMBOLO	DESCRIPCION
	CANA DE REGISTRO		SENTEO DE FLEDO
	CANA ORDIA		TRIE SANITARIA
	TUBERIA DE DESAGUE		TRIE SANITARIA SIMPLE
	TUBERIA DE VENTILACION		REDUCCION
	TUBERIA DE DESAGUE EQUIPADA EN TRIEBO		TRAMPA 1/2"
	CODO DE 45°		TERMINAL DE VENTILACION EN TECHO
	CODO DE 90°		REGISTRO BOCANON DE BOCAN
	CODO DE 90° CON VENTIL.		BUCANERO

ESPECIFICACIONES TECNICAS

RED DE DESAGUE:
 LAS TUBERIAS A EMPLEAR EN LA RED SON DE PVC TIPO UNIFONO PVC SAN. CON ACCESORIOS DEL MISMO MATERIAL, CON UNIFONO Y LLAJON CON PEGAMENTO ESPECIAL. LA CANA DE REGISTRO SE INSTALARA EN LOS CASOS POR ORDEN DE LOS PLANOS, REDONDO DE ALBAÑILERIA IMPERMEABILIZADA, CON MARCO Y TAPA DE FIERRO FUNDIDO Y O CON EL MODO ALTERNATIVO DEL PISO TERMINADO EN UNIFORME PEGOSADO.
 LOS REGISTROS SON UNA BRIDA DE BRONCE, CON TAPA DE BRONCE Y BRIDA DE ALBAÑILERIA A BRIDA. LA TUBERIA Y ACCESORIOS PARA REGISTRO Y VENTILACION, SERAN DE PVC BORDA S&P DE UNION A SIMPLE PRESION, PULIDA Y O LUBRADA CON PEGAMENTO O CEMENTO SOLVENTE PARA TUBERIA DE PVC. BORDA MARRON.
 PROCEDIMIENTOS PARA TUBERIAS DE DESAGUE:
 Ø 2" = 1.5" (MARRON)
 Ø 4" = 1.5" (MARRON)
 Ø 6" = 1.5" (MARRON)
 LAS TUBERIAS DE VENTILACION SE PROLONGARAN 40CM POR ENCIMA DEL N.T. Y LLEVARAN BOCANON DE VENTILACION.
 PREVER LAS TUBERIAS DE DESAGUE DEBIAN PROTEGIDAS A TODO LARGO DE SU LARGITUD EN LOS CASOS EN PRESENTAR PERDIDA DE NIVEL.



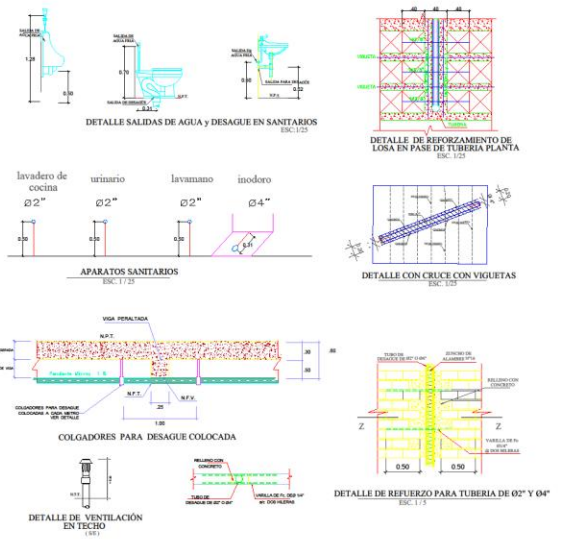
<p>UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO</p>	INSTITUCIÓN CENTRO DE INVESTIGACIONES CIENTÍFICAS Y TECNOLÓGICAS	INSTITUCIÓN INSTITUCIONES SANITARIAS DE INVESTIGACIONES Y SERVICIOS
	FACULTAD DE ARQUITECTURA ESCUELA DE ARQUITECTURA	DEPARTAMENTO DE ARQUITECTURA
TÍTULO SECTOR II	TÍTULO PLANOS DE DESAGUE	AUTOR ING. JUAN CARLOS BARRANCO
FECHA 2020	ESCALA 1/75	NÚMERO 1S-09



LEYENDA DESAGUE			
SIMBOLO	DESCRIPCION	SIMBOLO	DESCRIPCION
	CAJA DE REGISTRO		SENTIDO DE FLUIDO
	CAJA CERGA		TUBO SANITARIA
	TUBERIA DE DESAGUE		"T" SANITARIA SIMPLE
	TUBERIA DE VENTILACION		REDUCCION
	TUBERIA DE DESAGUE SUSPENDIDA EN TICHOS		TRAMPA "P"
	CODO DE 90°		TERMINAL DE VENTILACION EN TICHOS
	CODO DE 45°		REGISTRO BOCADO DE BRONCE
	CODO DE 90° CON VENT.		BOMBERO

ESPECIFICACIONES TECNICAS

RED DE DESAGUE:
 LAS TUBERIAS A EMPLEARSE EN LAS REDES SERAN DE PVC TIPO UNIVANO PVC-SAL CON ACCESORIOS DEL MISMO MATERIAL, CON UNIONES SELLADAS CON PEGAMENTO ESPECIAL.
 LAS CAJAS DE REGISTROS SE INSTALARAN EN LUGARES INDICADOS EN LOS PLANOS, SERAN DE ALUMINIO PARA IMPERMEABILIZACION, CON MARGO Y TAPA DE FIERRO FUNDIDO Y CON EL MISMO MATERIAL DEL PROYECTO, EN DIMENSIONES INDICADAS.
 LOS REGISTROS BOCADOS SERAN DE BRONCE, CON TAPA BOMBADA HERMETICA E IRAN TUBADOR A LA CUBIERTA DEL ACCESORIO CORRESPONDIENTE.
 LAS TUBERIAS Y ACCESORIOS PARA DESAGUE Y VENTILACION, SERAN DE PVC RIGIDA S&P DE UNION A SIMPLE PRESION, PESADA Y/O LIVIANA CON PEGAMENTO O CEMENTO SOLUBLE PARA TUBERIA DE P.V.C. SEGUN NORMAS.
 PENDIENTES PARA TUBERIAS DE DESAGUE:
 - 0.2" = 1% MINIMO.
 - 0.4" = 1% MAXIMO.
 - 0.5" = 1% MAXIMO.
 LAS TUBERIAS DE VENTILACION SE PROLONGARAN 40cm POR ENCIMA DEL N.T.T. Y LLEVARAN BOMBOS DE VENTILACION.
 LAS TUBERIAS DE DESAGUE SERAN PROBADAS A TUBO LLENDO DE AGUA DURANTE 2 HORAS SIN PRESENTAR PERDIDA DE NIVEL.



SECTOR II
 PROYECTO DE DESAGUE
 PLANO DE DESAGUE-SOTANO 02
 ESC: 1/75

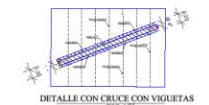
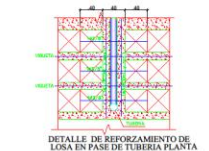
 UNIVERSIDAD CE-SAR VALLEJO	TÍTULO DE PROYECTO: INVESTIGACIÓN: MERCADO DE ABASTOS COMO DINAMISADOR DEL TURISMO GASTRONÓMICO EN LIMA METROPOLITANA, 2019 LUGAR: MERCADO HIRU S. BARRANCO	ESPECIALIDAD: INSTALACIONES SANITARIAS PLANO: PLANO DE DESAGUE	
	FACULTAD DE ARQUITECTURA ESCUELA DE ARQUITECTURA	DEPARTAMENTO: LIMA PRESENCIA: LIMA OFICINA: BARRANCO	AUTOR: ING. JUAN V. SANCHEZ BARRANCO ASISTENTE: ING. JUAN V. SANCHEZ BARRANCO ASISTENTE: ING. JUAN V. SANCHEZ BARRANCO ASISTENTE: ING. JUAN V. SANCHEZ BARRANCO
SECTOR II INDEPENDIENTE, VENTILADO, LUNA	UNIVERSIDAD:	ESCALA: 1/75 FECHA: 2020 PROYECTO: AD	
	ASISTENTE: ING. JUAN V. SANCHEZ BARRANCO ASISTENTE: ING. JUAN V. SANCHEZ BARRANCO ASISTENTE: ING. JUAN V. SANCHEZ BARRANCO	ASISTENTE: ING. JUAN V. SANCHEZ BARRANCO ASISTENTE: ING. JUAN V. SANCHEZ BARRANCO ASISTENTE: ING. JUAN V. SANCHEZ BARRANCO	IS-10



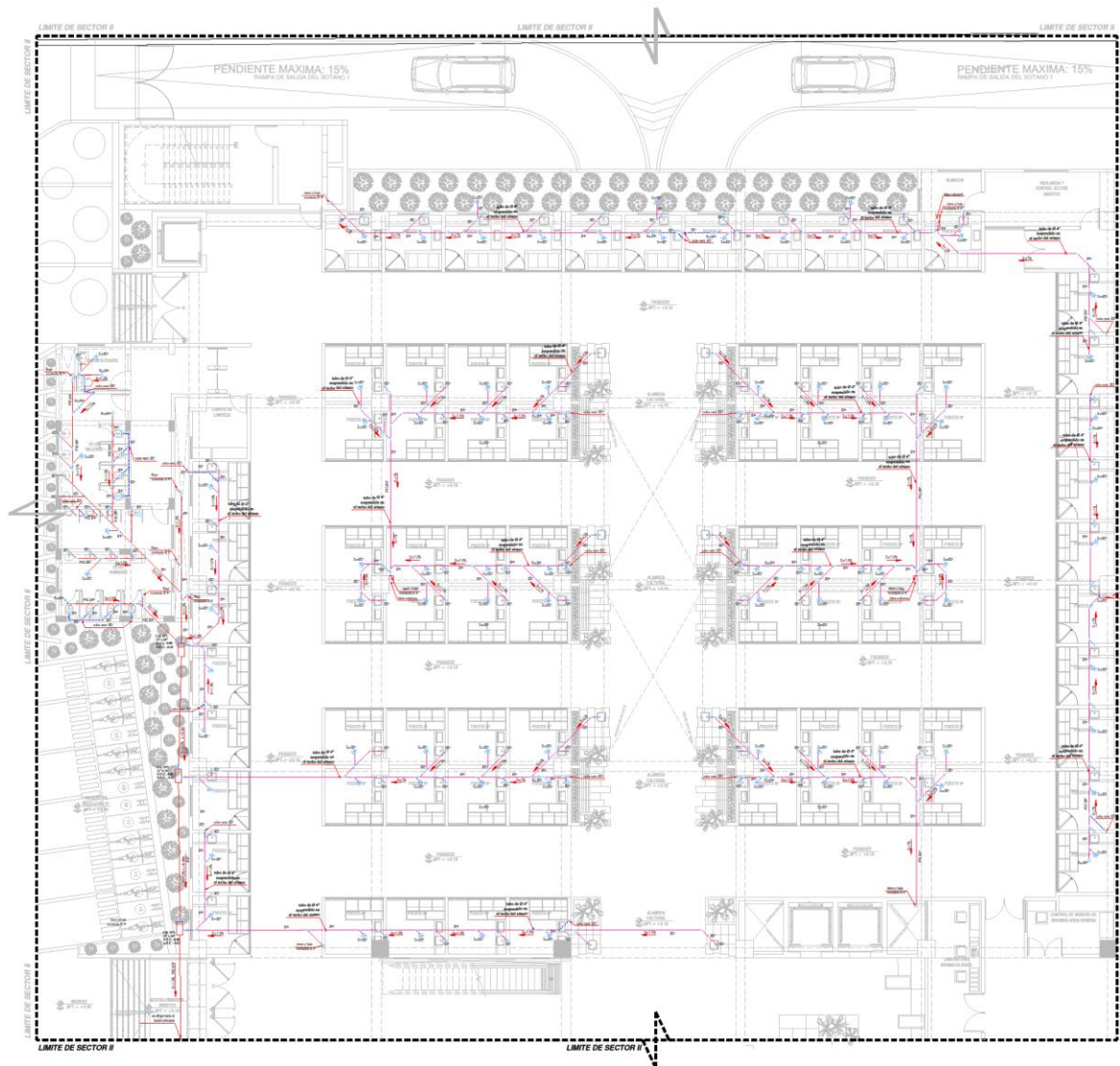
LEYENDA DESAGUE			
SÍMBOLO	DESCRIPCIÓN	SÍMBOLO	DESCRIPCIÓN
	CAJA DE REGISTRO		SENTIDO DE FLUJO
	CAJA CERGA		TUBO SANITARIA
	TUBERIA DE DESAGUE		"T" SANITARIA SIMPLE
	TUBERIA DE VENTILACION		REDUCCION
	TUBERIA DE DESAGUE SUSPENDIDA EN TICHOS		TRAMPA "T"
	CODO DE 90°		TERMINAL DE VENTILACION EN TICHOS
	CODO DE 45°		REGISTRO BORDADO DE BRONCE
	CODO DE 90° CON VENT.		BUMBERO

ESPECIFICACIONES TECNICAS

RED DE DESAGUE:
 LAS TUBERIAS A EMPLEARSE EN LAS REDES SERAN DE PVC TIPO UVIANO PVC-SAL CON ACCESORIOS DEL MISMO MATERIAL, CON UNIONES SELLADAS CON PEGAMENTO ESPECIAL.
 LAS CAJAS DE REGISTROS SE INSTALARAN EN LUGARES INDICADOS EN LOS PLANOS, SERAN DE ALUMINIO INOXIDABLE, CON MARGO Y TAPA DE FIERRO FUNDIDO Y CON EL MISMO MATERIAL DEL PRO TERMINADO, EN DIMENSIONES INDICADAS.
 LOS REGISTROS BORDADOS SERAN DE BRONCE, CON TAPA BORDADA HERMETICA E IRAN FIJADOS A LA CUBIERTA DEL ACCESORIO CORRESPONDIENTE.
 LAS TUBERIAS Y ACCESORIOS PARA DESAGUE Y VENTILACION, SERAN DE PVC RIGIDA SAP DE UNION A SIMPLE PRESION, PESADA Y/O UVIANA CON PEGAMENTO O CEMENTO SOLUBLE PARA TUBERIA DE P.V.C. SEGUN NORMAS:
 - PENDIENTES PARA TUBERIAS DE DESAGUE:
 - 0.2" = 1% MINIMO
 - 0.4" = 1% MINIMO
 - 0.6" = 1% MINIMO
 - 0.8" = 1% MINIMO
 LAS TUBERIAS DE VENTILACION SE PROLONGARAN 40cm POR ENCIMA DEL N.T.T. Y LLEVARAN BUMBERO DE VENTILACION.
 LAS TUBERIAS DE DESAGUE SERAN PROBADAS A TUBO LLENO DE AGUA DURANTE 2 HORAS SIN PRESENTAR PERDIDA DE NIVEL.



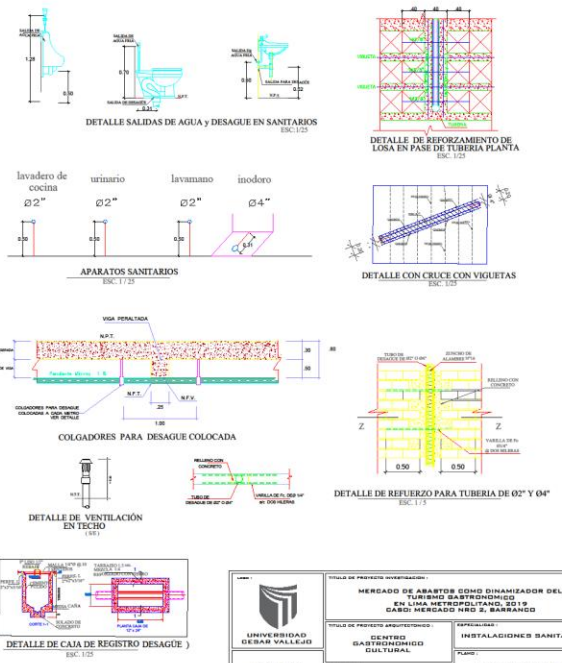
 UNIVERSIDAD DE SAN VALERO FACULTAD DE ARQUITECTURA PROFESORAL DE ARQUITECTURA	TÍTULO DE PROYECTO: INVESTIGACIÓN MERCADO DE ABASTOS COMO DINAMISADOR DEL TURISMO GASTRONÓMICO EN LIMA METROPOLITANA, 2019 DENTRO DE: GASTRONOMÍA CULTURAL	ESPECIALIDAD: INSTALACIONES SANITARIAS PLANO: PLANO DE DESAGUE
	DEPARTAMENTO: LIMA CIUDAD: BARBARCO	AUTOR: ANDRÉS V. BARRERA CO-AUTORES: ANDRÉS V. BARRERA, ANDRÉS V. BARRERA, ANDRÉS V. BARRERA
SECTOR II INDEPENDENCIA, VOTACIÓN Y UVA		IS-11



LEYENDA DESAGUE			
SÍMBOLO	DESCRIPCIÓN	SÍMBOLO	DESCRIPCIÓN
	CAJA DE REGISTRO		SENTIDO DE FLUIDO
	CAJA CIEGA		TIE SANITARIA
	TUBERIA DE DESAGUE		TIE SANITARIA SIMPLE
	TUBERIA DE VENTILACION		REDUCCION
	TUBERIA DE DESAGUE SUSPENDIDA EN TECHO		TRAMPA T
	CODO DE 90°		TERMINAL DE VENTILACION EN TECHO
	CODO DE 45°		REGISTRO BORDADO DE BRONCE
	CODO DE 90° CON VENT.		SUMIDERO

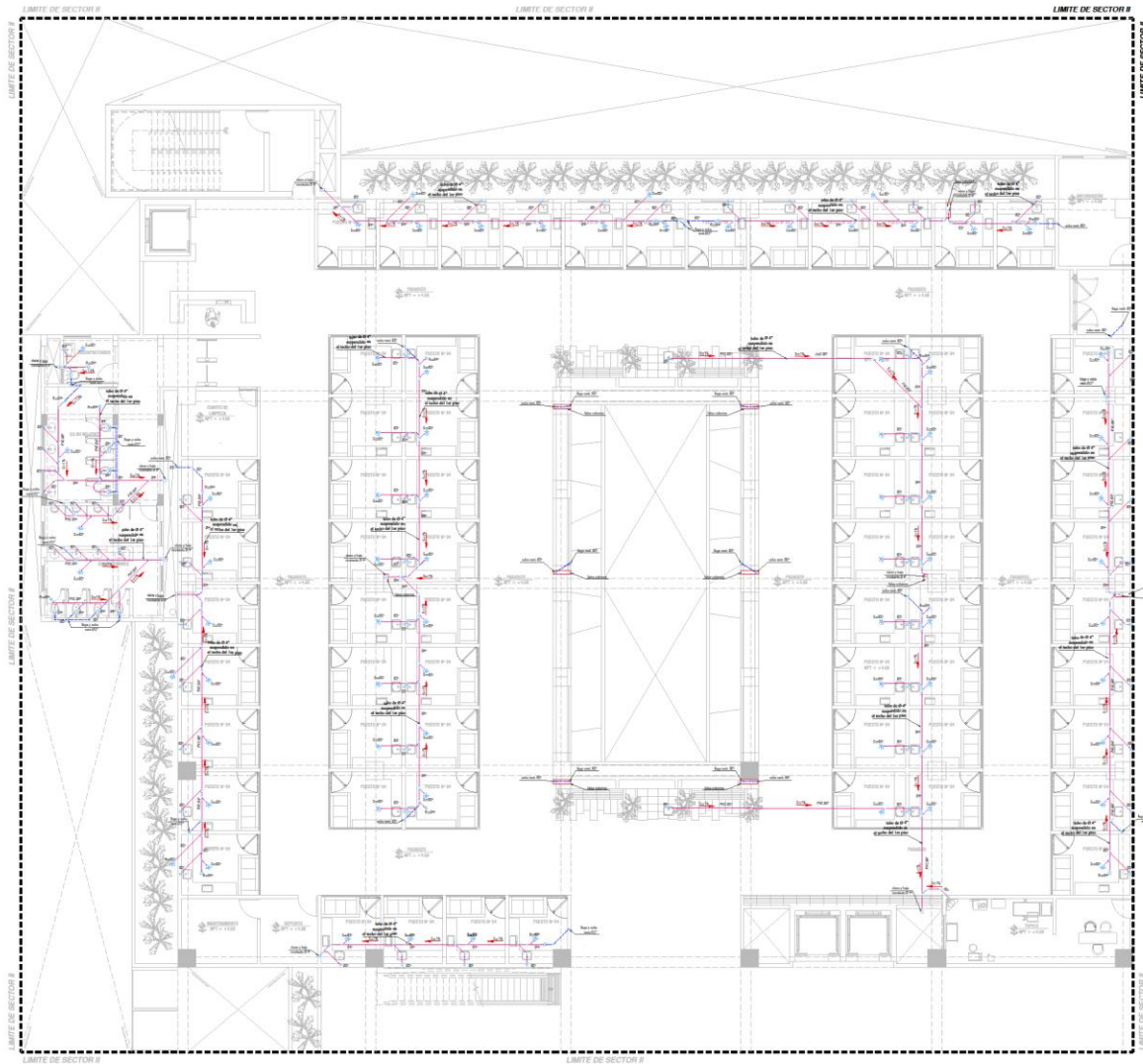
ESPECIFICACIONES TECNICAS

RED DE DESAGUE:
 LAS TUBERIAS A EMPLEARSE EN LAS REDES SERAN DE PVC TIPO UVIANO PVC-SAL CON ACCESORIOS DEL MISMO MATERIAL, CON UNIONES SELLADAS CON PEGAMENTO ESPECIAL. LAS CAJAS DE REGISTROS SE INSTALARAN EN LUGARES INDICADOS EN LOS PLANOS, SERAN DE ALBAÑILERIA IMPERMEABILIZADA, CON MARGO Y TAPA DE FIERRO FUNDIDO Y CON EL MISMO MATERIAL DEL PISO TERMINADO, EN DIMENSIONES INDICADAS.
 LOS REGISTROS BORDADOS SERAN DE BRONCE, CON TAPA BORDADA HERMETICA E IRAN FUNDIDA A LA CUBIERTA DEL ACCESORIO CORRESPONDIENTE.
 LAS TUBERIAS Y ACCESORIOS PARA DESAGUE Y VENTILACION, SERAN DE PVC RIGIDA S&P DE UNION A SIMPLE PRESION, PESADA Y/O LIVIANA CON PEGAMENTO O CEMENTO SOLUBLE PARA TUBERIA DE P.V.C. SEGUN NORMAS.
 PENDIENTES PARA TUBERIAS DE DESAGUE:
 - 2" = 1% MÍNIMO
 - 3" = 1% MÍNIMO
 - 4" = 1% MÍNIMO
 - 5" = 1% MÍNIMO
 LAS TUBERIAS DE VENTILACION SE PROLONGARAN 40cm POR ENCIMA DEL N.T.T. Y LLEVARAN SOMBRERO DE VENTILACION.
 LAS TUBERIAS DE DESAGUE SERAN PROBADAS A TUBO LLENO DE AGUA DURANTE 2 HORAS SIN PRESENTAR PERDIDA DE NIVEL.



SECTOR II
 PROYECTO DE DESAGUE
 PLANO DE DESAGUE-PRIMER PISO
 ESC: 1/75

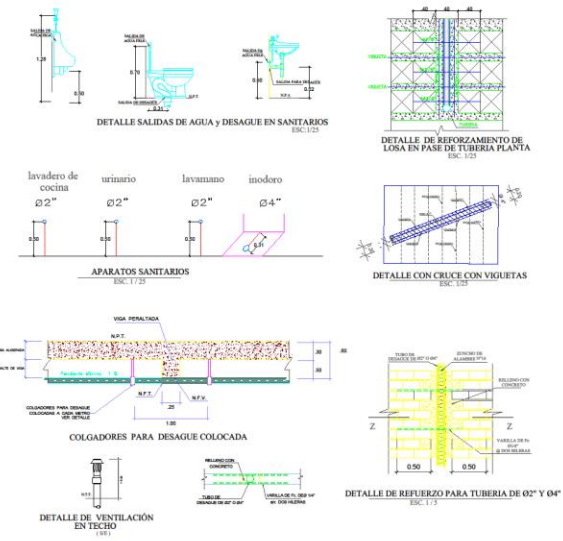
 UNIVERSIDAD DE SAN VALERO	TÍTULO DE PROYECTO: MERCADO DE ABASTOS COMO DINAMISADOR DEL TURISMO GASTRONÓMICO EN LIMA METROPOLITANA, 2019 LUGAR: SANJOSE DE BARRIO	ESPECIALIDAD: INSTALACIONES SANITARIAS
	TÍTULO DE PROYECTO ARQUITECTÓNICO: DISEÑO GASTRONÓMICO CULTURAL	PLANO: PLANO DE DESAGUE
FACULTAD DE ARQUITECTURA PROFESORÍA DE ARQUITECTURA	DEPARTAMENTO: LIMA PRESENCIA: BARRIO DISEÑO: BARRIO	PROYECTADO POR: RODRIGO SANCHEZ ASESORADO POR: RODRIGO SANCHEZ ASESORADO POR: JOSÉ LUIS VÁSQUEZ ASESORADO POR: JOSÉ LUIS VÁSQUEZ
ESCALA: 1/75 FECHA: 2020 PROYECTADO POR: AO		NÚMERO DE PLANOS: 15-12



LEYENDA DESAGUE			
SÍMBOLO	DESCRIPCIÓN	SÍMBOLO	DESCRIPCIÓN
	CAJA DE REGISTRO		SENTIDO DE FLUJO
	CAJA CIBIGA		TRIE SANITARIA
	TUBERIA DE DESAGUE		"T" SANITARIA SIMPLE
	TUBERIA DE VENTILACION		REDUCCION
	TUBERIA DE DESAGUE SUSPENDIDA EN TECHO		TRAMPA "T"
	CODO DE 90°		TERMINAL DE VENTILACION EN TECHO
	CODO DE 45°		REGISTRO BOCADO DE BRONCE
	CODO DE 90° CON VENT.		BUMBERO

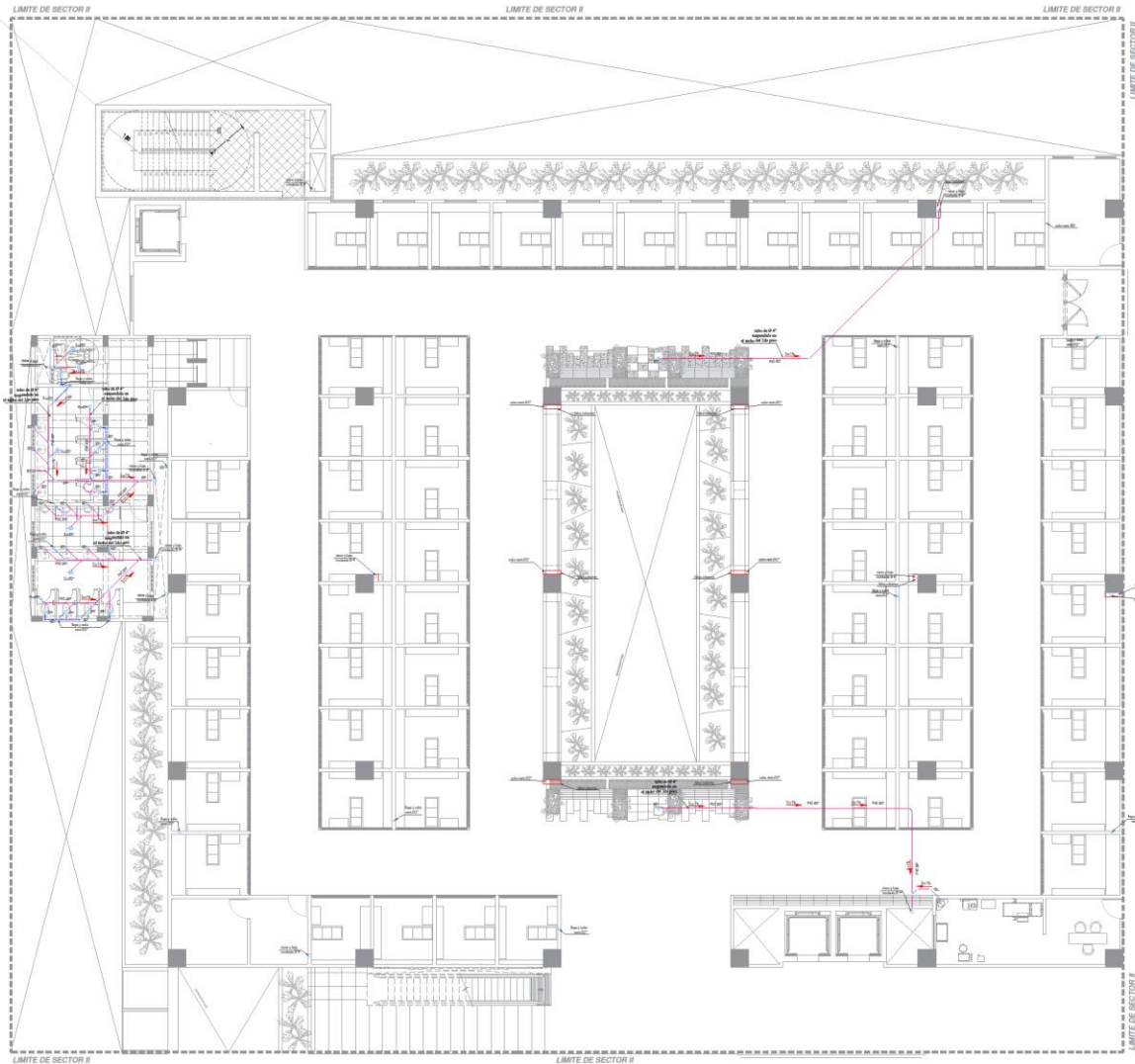
ESPECIFICACIONES TECNICAS

RED DE DESAGUE:
 LAS TUBERIAS A EMPLEARSE EN LAS REDES SERAN DE PVC TIPO UVIANO PVC-SAL CON ACCESORIOS DEL MISMO MATERIAL, CON UNIONES SELLADAS CON PEGAMENTO ESPECIAL. LAS CAJAS DE REGISTROS SE INSTALARAN EN LUGARES INDICADOS EN LOS PLANOS, SERAN DE ALUMINIO INDEFORMABLE, CON MARGO Y TAPA DE FIERRO FUNDIDO Y CON EL MISMO MATERIAL DEL PRO TERMINADO, EN DIMENSIONES INDICADAS.
 LOS REGISTROS BOCADOS SERAN DE BRONCE, CON TAPA BOMADA HERMETICA E IRAN FIJADOS A LA CARZA DEL ACCESORIO CORRESPONDIENTE.
 LAS TUBERIAS Y ACCESORIOS PARA DESAGUE Y VENTILACION, SERAN DE PVC RIGIDA SAP DE UNION A SIMPLE PRESION, PESADA Y UVIANA CON PEGAMENTO O CEMENTO SOLUBLE PARA TUBERIA DE PVC, SEGUN NORMAS.
 PENDIENTES PARA TUBERIAS DE DESAGUE:
 - 0.2" = 1% (MINIMO)
 - 0.4" = 1% (MINIMO)
 - 0.6" = 1% (MINIMO)
 LAS TUBERIAS DE VENTILACION SE PROLONGARAN 40cm POR ENCIMA DEL N.T.T. Y LLEVARAN BUMBERO DE VENTILACION.
 LAS TUBERIAS DE DESAGUE SERAN PROBADAS A TUBO LLENO DE AGUA DURANTE 2 HORAS SIN PRESENTAR PÉRDIDA DE NIVEL.



SECTOR II
 PROYECTO DE DESAGUE
 PLANO DE DESAGUE-SEGUNDO PISO
 ESC 1/75

 UNIVERSIDAD DE SAN VALERO FACULTAD DE ARQUITECTURA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA	TÍTULO DE PROYECTO INVESTIGACIÓN: MERCADO DE ABASTOS COMO DINAMISADOR DEL TURISMO GASTRONÓMICO EN LIMA METROPOLITANA, 2019 LUGAR: MERCADO NEG. S. BARRANCO	ESPECIALIDAD: INSTALACIONES SANITARIAS
	TÍTULO DE PROYECTO ARQUITECTÓNICO: DENTRO GASTRONOMÍA CULTURAL	PLANO: PLANO DE DESAGUE
DEPARTAMENTO: PREVENCIÓN: DISEÑO: LIMA LIMA BARRANCO	NIVEL: SEGUNDO PISO	TÍTULO DE PROYECTO: PROYECTO DE INSTALACIONES SANITARIAS, PLANO DE DESAGUE
AUTOR: JOSÉ LUIS VÁSQUEZ, OSWALDO	FECHA: 1/75	FECHA: 2020
ESCALA: 1/75	FECHA: 2020	FECHA: 15-13
TÍTULO DE PROYECTO: SECTOR II	FECHA: AD	



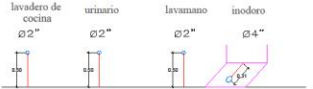
LEYENDA DESAGUE			
SIMBOL	DESCRIPCION	SIMBOL	DESCRIPCION
	CAJA DE REGISTRO		SENTIDO DE FLUJO
	CAJA CIBIGA		TIE SANITARIA
	TUBERIA DE DESAGUE		TUBERIA SIMPLE
	TUBERIA DE VENTILACION		REDUCCION
	TUBERIA DE DESAGUE SUSPENDIDA EN TICHOS		TRAMPA W
	CODO DE 90°		TERMINAL DE VENTILACION EN TICHOS
	CODO DE 45°		REGISTRO HORIZADO DE BRONCE
	CODO DE 90° CON VENT.		SOMBRERO

ESPECIFICACIONES TECNICAS

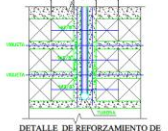
RED DE DESAGUE:
 - LAS TUBERIAS A EMPLEARSE EN LAS REDES SERAN DE PVC TIPO UVIANO PVC-SAL CON ACCESORIOS DEL MISMO MATERIAL, CON UNIONES SELLADAS CON PEGAMENTO ESPECIAL.
 - LAS CAJAS DE REGISTROS SE INSTALARAN EN LUGARES INDICADOS EN LOS PLANOS, SERAN DE ALUMINIO INDEFORMABLES, CON MARGO Y TAPA DE FIERRO FUNDIDO Y CON EL MISMO MATERIAL DEL PRO TERMINADO, EN DIMENSIONES INDICADAS.
 - LOS REGISTROS HORIZADOS SERAN DE BRONCE, CON TAPA BOMBADA HERMETICA E IRAN FIJADOS A LA CARZA DEL ACCESORIO CORRESPONDIENTE.
 - LAS TUBERIAS Y ACCESORIOS PARA DESAGUE Y VENTILACION, SERAN DE PVC RIGIDA SAP DE UNION A SIMPLE PRESION, PESADA Y/O UVIANA CON PEGAMENTO O CEMENTO SOLUBLE PARA TUBERIA DE PVC, SEGUN NORMAS:
 - PENDIENTES PARA TUBERIAS DE DESAGUE:
 - 0.2" = 1% (MÍNIMO)
 - 0.4" = 1% (MÍNIMO)
 - 0.8" = 1% (MÍNIMO)
 - 1.6" = 1% (MÍNIMO)
 - LAS TUBERIAS DE VENTILACION SE PROLONGARAN 40cm POR ENCIMA DEL N.T.T. Y LLEVARAN SOMBRERO DE VENTILACION.
 - LAS TUBERIAS DE DESAGUE SERAN PROBADAS A TUBO LLENO DE AGUA DURANTE 2 HORAS SIN PRESENTAR PEGUDA DE NIVEL.



DETALLE SALIDAS DE AGUA Y DESAGUE EN SANITARIOS ESC: 1/25



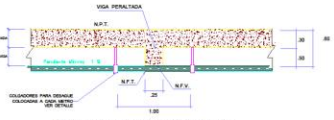
APARATOS SANITARIOS ESC: 1/25



DETALLE DE REFORZAMIENTO DE LOSA EN PASE DE TUBERIA PLANTA ESC: 1/25



DETALLE CON CRUCE CON VIGUETAS ESC: 1/25



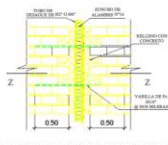
COLGADORES PARA DESAGUE COLOCADA



DETALLE DE VENTILACION EN TICHOS ESC: 1/25

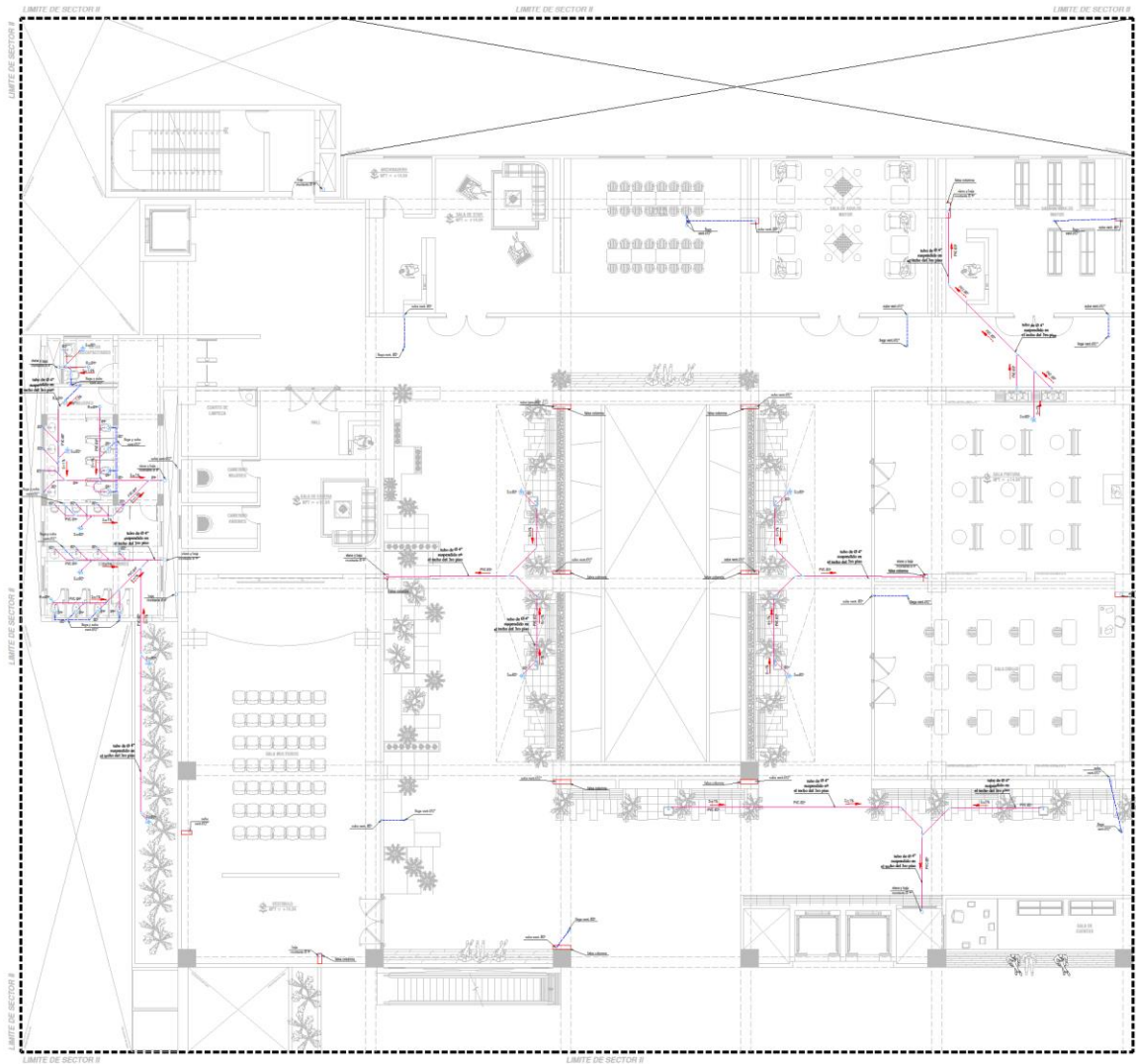


DETALLE DE LAVADERO DE LOS PUESTOS ESC: 1/25



DETALLE DE REFUERZO PARA TUBERIA DE Ø2" Y Ø4" ESC: 1/25

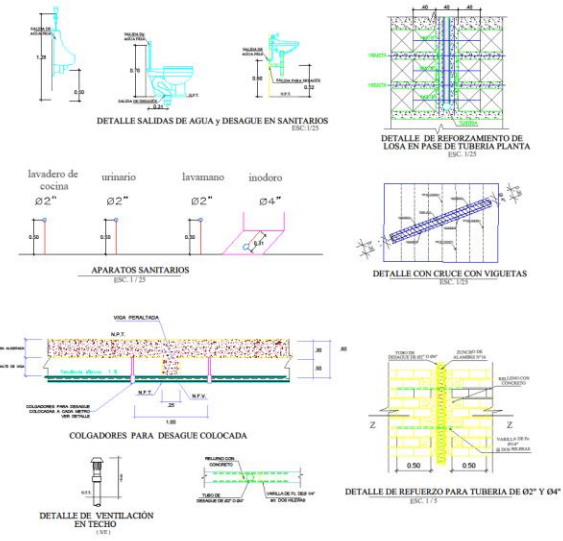
 UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO FACULTAD DE ARQUITECTURA ESCUELA DE PROFESIONAL DE ARQUITECTURA	TÍTULO DE PROYECTO: INVESTIGACIÓN: MERCADO DE ABASTOS COMO DINAMISADOR DEL TURISMO GASTRONÓMICO EN LIMA METROPOLITANA, 2019 LUGAR: MERCADO PISO 2, BARRIO DE BARRANCO	ESPECIALIDAD: INSTALACIONES SANITARIAS
	TÍTULO DE PROYECTO ARQUITECTÓNICO: DISEÑO GASTRONÓMICO CULTURAL	PLANOS: PLANO DE DESAGUE
	DEPARTAMENTO: LIMA PROVINCIA: BARRANCO	PROYECTADO POR: INGENIERO: JESÚS RAMÍREZ ARQUITECTO: JUAN CARLOS ARQUITECTA: JUAN CARLOS ARQUITECTA: JUAN CARLOS
TÍTULO DE PROYECTO: SECTOR II INDEPENDENCIA, NOROCCIDENTE, LIMA	ESCALA: 1/75	FECHA: 2020
TÍTULO DE PROYECTO: SECTOR II	FECHA: 2020	PROYECTO: IS-14



LENDIA DESAGUE			
SIMBOLO	DESCRIPCION	SIMBOLO	DESCRIPCION
	CAJA DE REGISTRO		SENTIDO DE FLUIDO
	CAJA CARGA		TUB. SANTANEA
	TUBERIA DE DESAGUE		"T" SANTANEA SIMPLE
	TUBERIA DE VENTILACION		REDUCCION
	TUBERIA DE DESAGUE SUSPENDIDA EN TICHIO		TRAMPA "P"
	CODO DE 45°		TERMINAL DE VENTILACION EN TICHIO
	CODO DE 90°		REGISTRO BOCADO DE BRONCE
	CODO DE 90° CON VENT.		BUMBERO

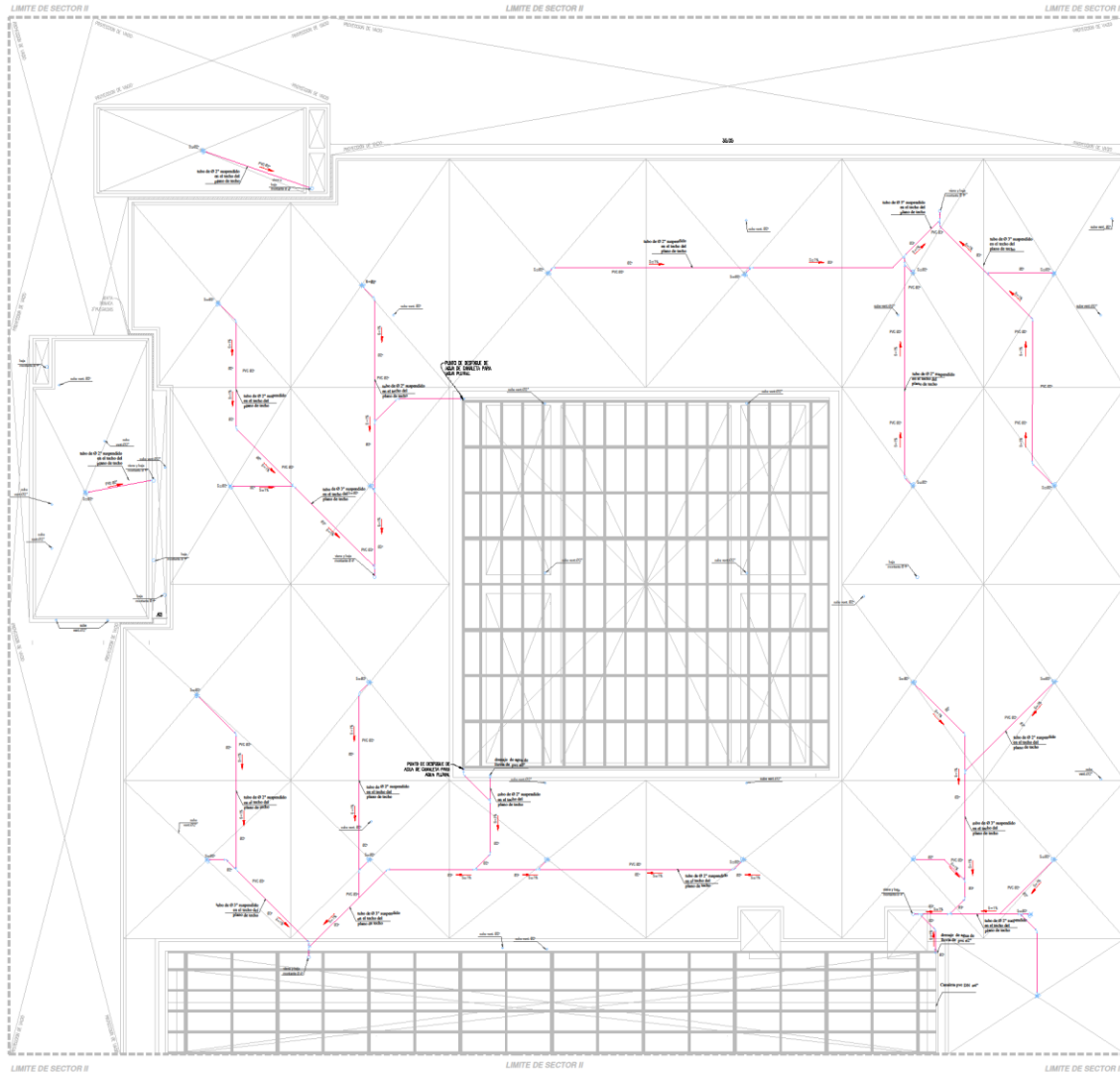
ESPECIFICACIONES TECNICAS

REDO DE DESAGUE:
 - LAS TUBERIAS A EMPLEARSE EN LAS REDES SERAN DE PVC TIPO LIVIANO PVC-SAL CON ACCESORIOS DEL MISMO MATERIAL, CON UNIONES DE LADON CON PEGAMENTO ESPECIAL. LAS CAJAS DE REGISTRO SE INSTALARAN EN LUGARES INDICADOS EN LOS PLANOS, SERAN DE ALUMINERIA INDEFORMABLES, CON MARMOL Y TAPA DE TIBERO FUNDIDO Y CON EL MISMO MATERIAL DEL PISO TERMINADO, EN DIMENSIONES INDICADAS.
 - LOS REGISTROS FORJADOS SERAN DE BRONCE, CON TAPA, BOCADA, HERMETICA E IRAN FIJADOS A LA CARZA DEL ACCESORIO CORRESPONDIENTE.
 - LAS TUBERIAS Y ACCESORIOS PARA DESAGUE Y VENTILACION, SERAN DE PVC RIGIDA S&P DE UNION A SIMPLE PRESION, SEGUN LA TUBERIA Y/LAVANA CON PEGAMENTO O CEMENTO SOLVANTE PARA TUBERIA DE PVC, SEGUN NORMAL.
 - PERFILES PARA TUBERIAS DE DESAGUE:
 - Ø 2" = 1.5" MENUDO.
 - Ø 4" = 1.5" MENUDO.
 - Ø 6" = 1.5" MENUDO.
 - LAS TUBERIAS DE VENTILACION SE PROLONGARAN 80cm POR ENCIMA DEL N.T.T. LLEVARAN SOMBRERO DE VENTILACION.
 - LAS TUBERIAS DE DESAGUE SERAN PRIORIZAS A TUBO LLENO DE AGUA DURANTE 24 HORAS SIN PRESENTAR FUGA DE AGUA.
 - LAS TUBERIAS DE DESAGUE SERAN PRIORIZAS A TUBO LLENO DE AGUA DURANTE 24 HORAS SIN PRESENTAR FUGA DE AGUA.



SECTOR II
 PROYECTO DE DESAGUE
 PLANO DE DESAGUE-CUARTO PISO
 ESC. 1/75

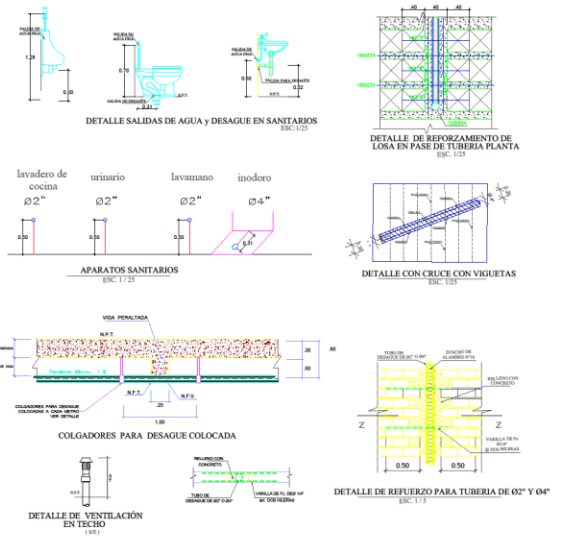
 UNIVERSIDAD DE SAN VALERO FACULTAD DE ARQUITECTURA PROFESORAL DE ARQUITECTURA	TITULO DE PROYECTO INGENIERIA: MERCADO DE ABASTOS COMO DINAMISADOR DEL TURISMO GASTRONOMICO EN LIMA METROPOLITANA, 2019 TITULO DE PROYECTO ARQUITECTONICO: DISEÑO GASTRONOMICO CULTURAL	ESPECIALIDAD: INSTALACIONES SANITARIAS
	DEPARTAMENTO: LIMA OFICINA: BARRIO	PLANO: PLANO DE DESAGUE
TITULO DE PROYECTO: SECTOR II INGENIERIA DE PROYECTO	AREA: 1000.00 M ²	ESCALA: 1/75
FECHA: 2020	AREA DE TRABAJO: CUARTO PISO	FECHA DE ENTREGA: 15-15
PROYECTADO POR: AD	AREA DE TRABAJO: CUARTO PISO	FECHA DE ENTREGA: 15-15



LEYENDA DESAGUE			
SIMBOLO	DESCRIPCION	SIMBOLO	DESCRIPCION
	CAJA DE REGISTRO		SENTIDO DE FLUIDO
	CAJA CARGA		TUBO SANTANAYA
	TUBERIA DE DESAGUE		"T" SANTANAYA SIMPLE
	TUBERIA DE VENTILACION		REDUCCION
	TUBERIA DE DESAGUE SUSPENDIDA EN TICHIO		TRAMPA "P"
	CODO DE 45°		TERMINAL DE VENTILACION EN TECHO
	CODO DE 90°		REBROTO BOCADO DE BRONCE
	CODO DE 90° CON VENT.		BUMBERO

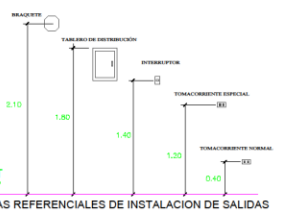
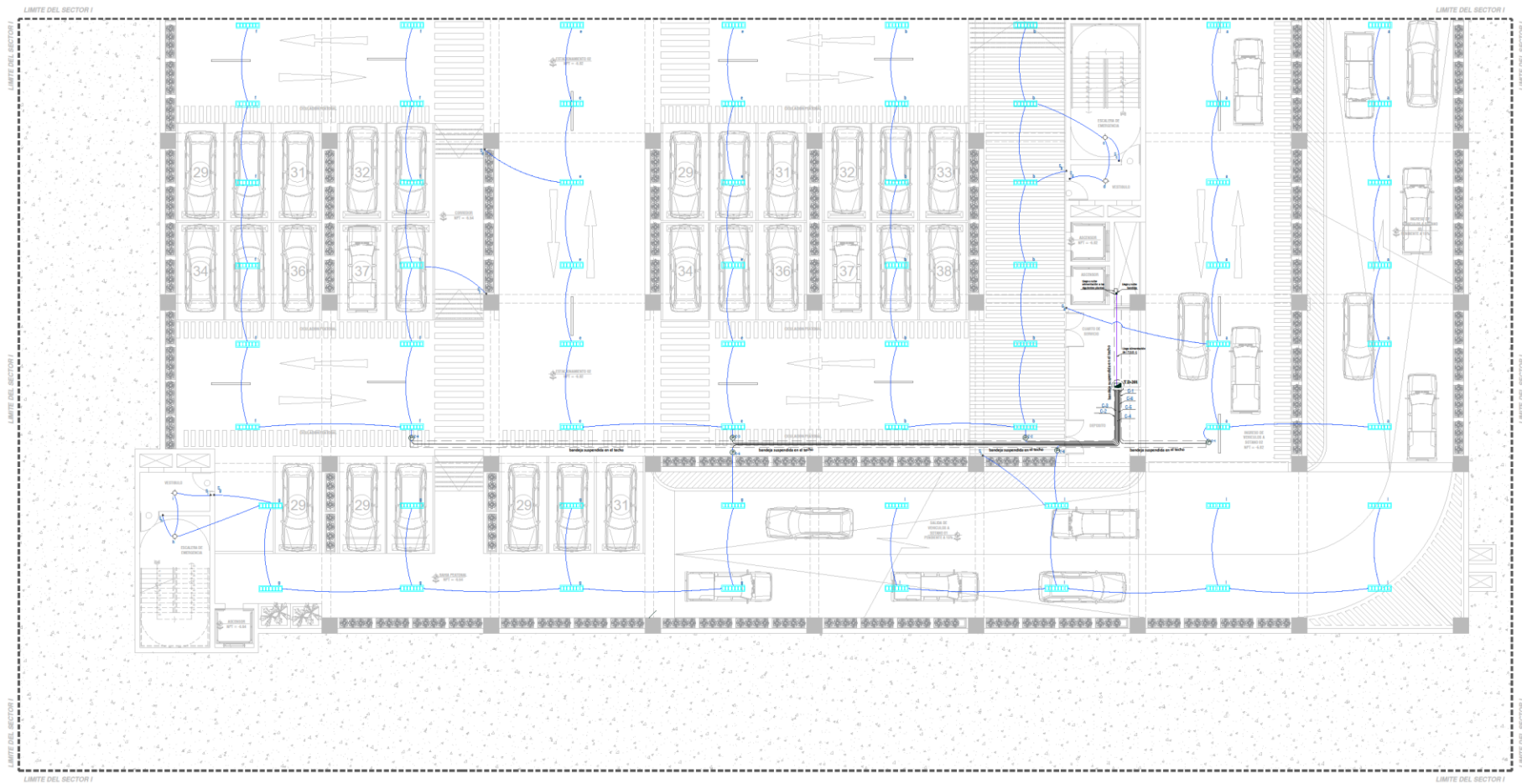
ESPECIFICACIONES TECNICAS

REJ DE DESAGUE:
 - LAS TUBERIAS A EMPLEARSE EN LAS REJES SERAN DE PVC TIPO LIVIANO PVC-SAL CON ACCESORIOS DEL MISMO MATERIAL, CON UNIONES BELLONAS CON PEGAMENTO ESPECIAL.
 - LAS CAJAS DE REGISTRO SE INSTALARAN EN LUGARES INDICADOS EN LOS PLANOS, SERAN DE ALUMBRERA INFERIBLEZABLES, CON MARMOL Y TAPA DE TIERRO FUNDIDO Y CON EL MISMO MATERIAL DEL PISO TERMINADO, EN DIMENSIONES INDICADAS.
 - LOS REGISTROS FORJADOS SERAN DE BRONCE, CON TAPA, BORNADA, HERMETICA E IRAN FIJADOS A LA CARGA DEL ACCESORIO CORRESPONDIENTE.
 - LAS TUBERIAS Y ACCESORIOS SERAN DE BRONCE Y VENTILACION, SERAN DE PVC RIGIDA SAP DE UNION A SIMPLE PRESION, RESINA DE ALIYANA CON PEGAMENTO O CEMENTO SOLUBLE.
 - PERFILES PARA TUBERIAS DE DESAGUE:
 - Ø 2" = 1.5" (MENNED)
 - Ø 4" = 1.5" (MENNED)
 - Ø 6" = 1.5" (MENNED)
 - Ø 8" = 1.5" (MENNED)
 - Ø 10" = 1.5" (MENNED)
 - Ø 12" = 1.5" (MENNED)
 - LAS TUBERIAS DE VENTILACION SE PROLONGARAN 40cm POR ENCIMA DEL N.T.T. Y LLEVARAN BOMBERO DE VENTILACION.
 - LAS TUBERIAS DE DESAGUE SERAN PRIORIDAD A TUBO LLENO DE AGUA DURANTE 24 HORAS SIN PRESENTAR FUGAS DE NIVEL.



SECTOR II
 PROYECTO DE DESAGUE
 PLANO DE DESAGUE-TECHOS
 ESC 1/75

 UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO FACULTAD DE ARQUITECTURA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA	TITULO DE PROYECTO INGENIERIA: MERCADO DE ABASTOS COMO DINAMISADOR DEL TURISMO GASTRONOMICO EN LIMA METROPOLITANA, SO 19 SANO MERCADO HUGO B. BARBAÑO	ESPECIALIDAD: INSTALACIONES SANITARIAS
	TITULO DE PROYECTO ARQUITECTONICO: DISEÑO GASTRONOMICO CULTURAL	PLANOS: PLANO DE DESAGUE
DEPARTAMENTO: PREVENCIÓN DE RIESGOS	LIMA BARBAÑO	TÍTULO DE PROYECTO: IS-16
FECHA: 2020	FECHA: 2020	ESCALA: 1/75
AUTORES: ANDREA Y TERESE	AUTORES: ANDREA Y TERESE	AUTORES: ANDREA Y TERESE

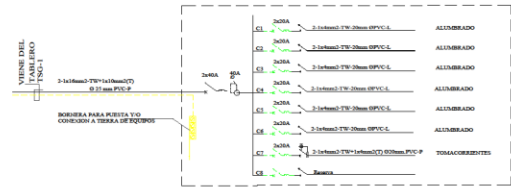


LEYENDA			
SIMBOLO	DESCRIPCION	ALTIMETRIA (en metros)	TIPO DE CABLE
○	SALIDA PARA ALUMBRADO EN EL TECTO	---	OCT 100x40
○	SALIDA PARA ALUMBRADO EN LA PARED (BLANQUEO)	3.00	OCT 100x40
□	INTERRUPTOR SIMPLE, DOBLE Y TRIPLE	1.40	REC 100x75x100
□	APERTIVO DE ALUMBRADO ADOSADO	---	---
⊕	TOMACORRIENTE ESPECIAL PARA PARED CON TOMA A TIERRA	0.40 / 1.50	REC 100x75x100
⊕	TOMACORRIENTE ESPECIAL PARA PARED CON TOMA A TIERRA	0.40 / 1.50	OCT 100x40
⊕	CAJA DE PARED CON TABLERO DE DISTRIBUCION	3.00	CLSD-100x40
⊕	CAJA DE PARED CON TABLERO DE DISTRIBUCION	3.00	CLSD-100x40
⊕	TABLERO DE DISTRIBUCION ELECTRICA	1.50	ESPECIAL
⊕	INTERRUPTOR AUTOMATICO TERMOMAGNETICO	---	---
⊕	MEDIDOR kWh	ESPECIAL	ESPECIAL
⊕	POZO DE TOMA A TIERRA	---	---
⊕	ALUMBRADO EN EL TECTO EN TUBERIA SUSPENDIDA	---	---
⊕	ALUMBRADO EN LA PARED EN TUBERIA EMPOTRADA	---	---
⊕	ALUMBRADO EN LA PARED EN TUBERIA EMPOTRADA	---	---
⊕	ALUMBRADO EN EL PISO	---	---
⊕	TUBERIA CON 2 CONDUCTORES	---	---
⊕	TUBERIA CON 3 CONDUCTORES	---	---
⊕	PUERTE METALICO	---	---

ESPECIFICACIONES TECNICAS

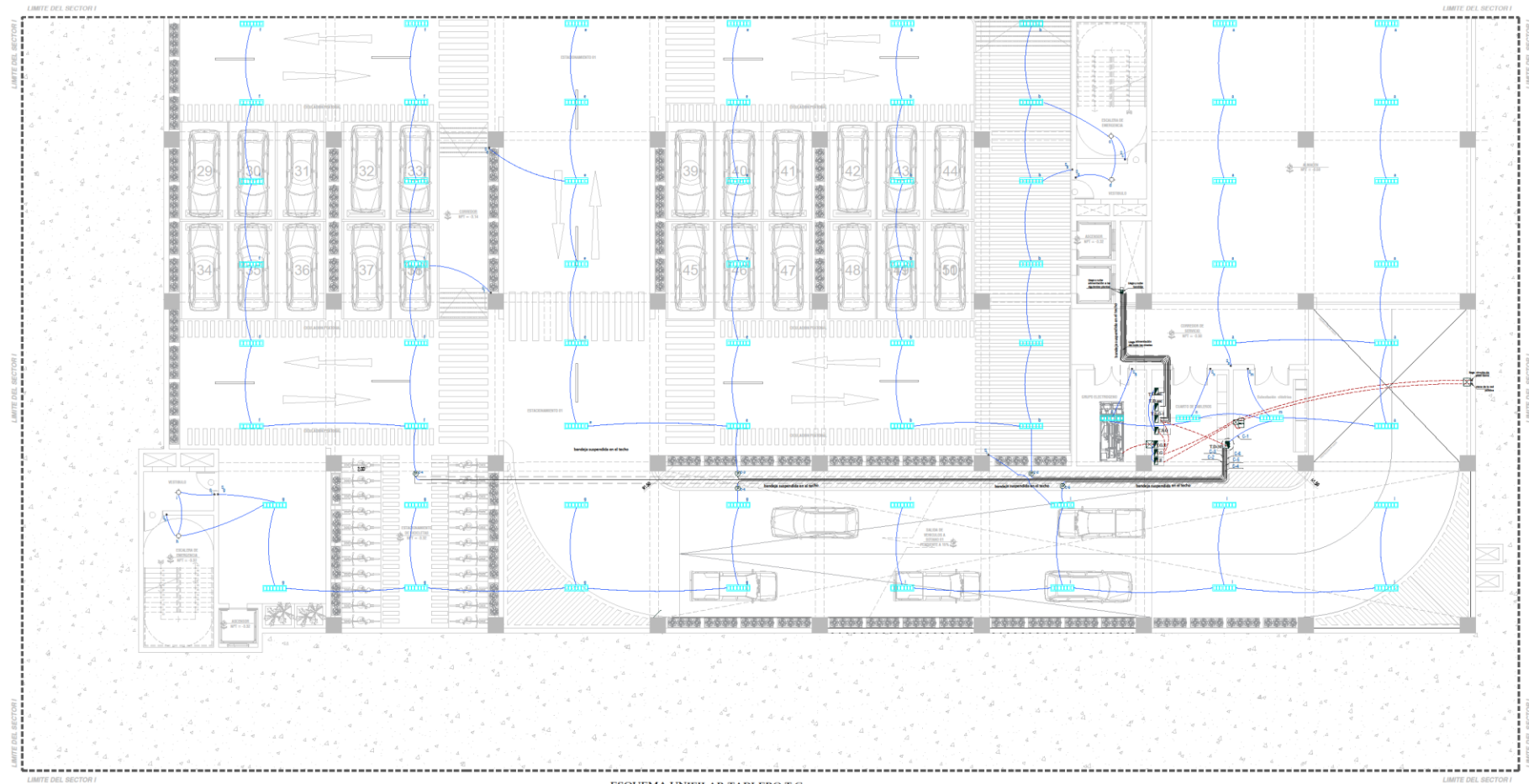
- 1° LAS TUBERIAS SERAN DE PLASTICO RIGIDO PVC-PV SALVO INDICACION.
- 2° EL DIAMETRO MEDIDO SERA DE 13 mm.
- 3° LOS CONDUCTORES SERAN DE COBRE ELECTRIFICADO CON AISLAMIENTO TV Y SECCION 10mm². LA MISMA SECCION A INSTALAR SERA DE 3mm².
- 4° LOS TABLEROS DE DISTRIBUCION ELECTRICA SERAN PARA SERVIDORES EN CUADROS METALICOS CON INTERRUPTORES AUTOMATICOS TERMOMAGNETICOS TIPO FIDELITY.
- 5° LOS ACCESORIOS DE CONDUCCION SERAN BUELOS O BOMBILAS A LOS DE LA SERIE BARRIS DE 3000.
- 6° LAS CAJAS SERAN DE PVC RECTANGULARES UNIDIRECCIONALES OCTOGONALES 100x40mm.
- 7° LAS CAJAS QUE TIENGAN MAS DE DOS TUBOS SE REEMPLAZARAN POR CAJA CUADRADA CON TAPA DE GOMA CUADRADA 100 x 100 mm.

ESQUEMA UNIFILAR TABLERO T-D-201



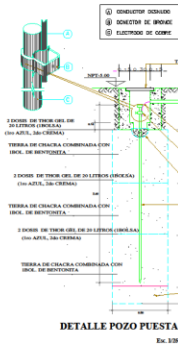
UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO FACULTAD DE ARQUITECTURA ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA	TÍTULO DE PROYECTO: MERCADO DE ABASTOS COMO DINAMIZADOR DEL TURISMO GASTRONÓMICO EN LIMA METROPOLITANA EN EL SABI MERCADO N° 2, BARRANCO	TÍTULO DE PROYECTO SUBCATEGORÍA: INSTALACIONES ELÉCTRICAS	
	AUTOR: ING. JORGE LUIS VEGAL DELgado	INSTITUCIÓN: CENTRO GASTRONÓMICO CULTURAL	PROFESOR: ING. BOTANO 02
	DEPARTAMENTO: LIMA PROVINCIA: LIMA DISTRITO: BARRANCO	ESCALA: 1/75	FECHA: 2020
	PROYECTO: IE-02	PROYECTISTA: AD	

SECTOR I

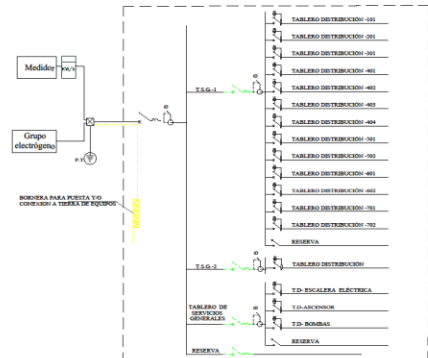


ESQUEMA UNIFILAR TABLERO T.G

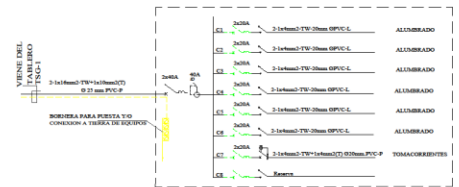
LEYENDA			
Símbolo	Descripción	Altura	Tipo de Carga
⊕	Salida para alumbrado en el techo	---	OCT-100W-6
⊕	Salida para alumbrado en la pared (bracket)	3.00	OCT-100W-6
⊕	Interruptor simple, doble y triple	1.40	RECE
⊕	Artículo de alumbrado adosado	---	---
⊕	Tomacorriente bipolar doble con toma a tierra	0.40 / 1.20	RECE
⊕	Caja de paso con tapa ciega	0.40 / 1.20	OCT-100W-6
⊕	Caja de paso combinada de bombas bajo indicación	1.30	ESPECIAL
⊕	Tablero de distribución eléctrica	1.30	ESPECIAL
⊕	Interruptor automático termomagnético	---	---
⊕	Módulo EVA	---	ESPECIAL
⊕	Pozo de toma a tierra	---	---
⊕	Alimentador o circuito en tubería suspendida	---	---
⊕	Alimentador o circuito en tubería empotrada en techo (ceceo)	---	---
⊕	Alimentador o circuito en tubería empotrada en el piso	---	---
⊕	Porte metálico	---	---



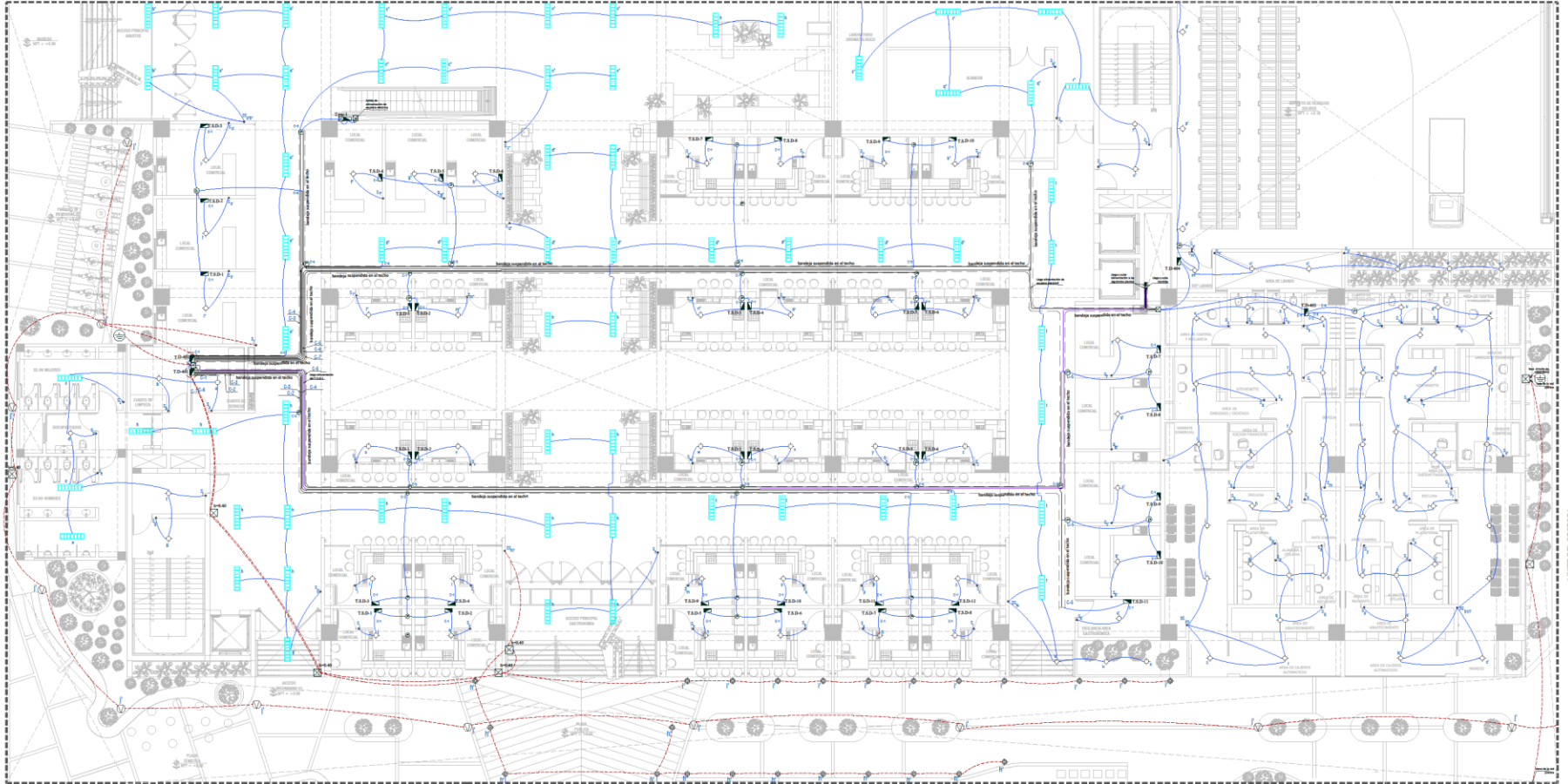
DETALLE POZO PUESTA A TIERRA
Ex. 109



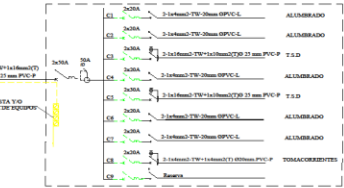
ESQUEMA UNIFILAR TABLERO T.D-301



UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO FACULTAD DE ARQUITECTURA ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA	TÍTULO DE PROYECTO: MERCADO DE ABASTOS COMO DINAMIZADOR DEL TURISMO GASTRONÓMICO EN LIMA METROPOLITANA, S.S.19 SABRÍ MERCADO NRO 2, BARRANCO		INSTITALACIONES ELÉCTRICAS PLANO DE ILUMINARIAS ESCALA: 1/75 FECHA: 2020 PROYECTO: AD
	TÍTULO DE PROYECTO SUBCATEGORÍA: CENTRO GASTRONÓMICO CULTURAL		
	AUTOR: ING. JOSE LUIS VERAVAL HOLDO	LÍNEA: LÍNEA BARRANCO	
	DEPARTAMENTO: LIMA DISTRITO: BARRANCO	LOCALIDAD: SOTANO 01	
TÍTULO DE PROYECTO SUBCATEGORÍA: MERCADO DE ABASTOS COMO DINAMIZADOR DEL TURISMO GASTRONÓMICO EN LIMA METROPOLITANA, S.S.19 SABRÍ MERCADO NRO 2, BARRANCO		TÍTULO DE PROYECTO SUBCATEGORÍA: CENTRO GASTRONÓMICO CULTURAL	
AUTOR: ING. JOSE LUIS VERAVAL HOLDO		LOCALIDAD: SOTANO 01	
DEPARTAMENTO: LIMA DISTRITO: BARRANCO		LOCALIDAD: SOTANO 01	
TÍTULO DE PROYECTO SUBCATEGORÍA: MERCADO DE ABASTOS COMO DINAMIZADOR DEL TURISMO GASTRONÓMICO EN LIMA METROPOLITANA, S.S.19 SABRÍ MERCADO NRO 2, BARRANCO		TÍTULO DE PROYECTO SUBCATEGORÍA: CENTRO GASTRONÓMICO CULTURAL	
AUTOR: ING. JOSE LUIS VERAVAL HOLDO		LOCALIDAD: SOTANO 01	
DEPARTAMENTO: LIMA DISTRITO: BARRANCO		LOCALIDAD: SOTANO 01	



ESQUEMA UNIFILAR TABLERO T.D-401



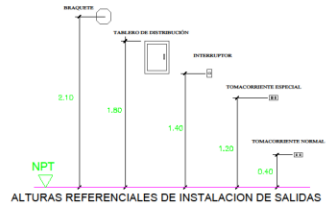
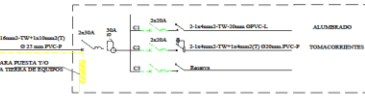
ESQUEMA UNIFILAR TABLERO T.D-402



ESQUEMA UNIFILAR TABLERO T.D-403



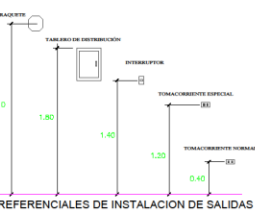
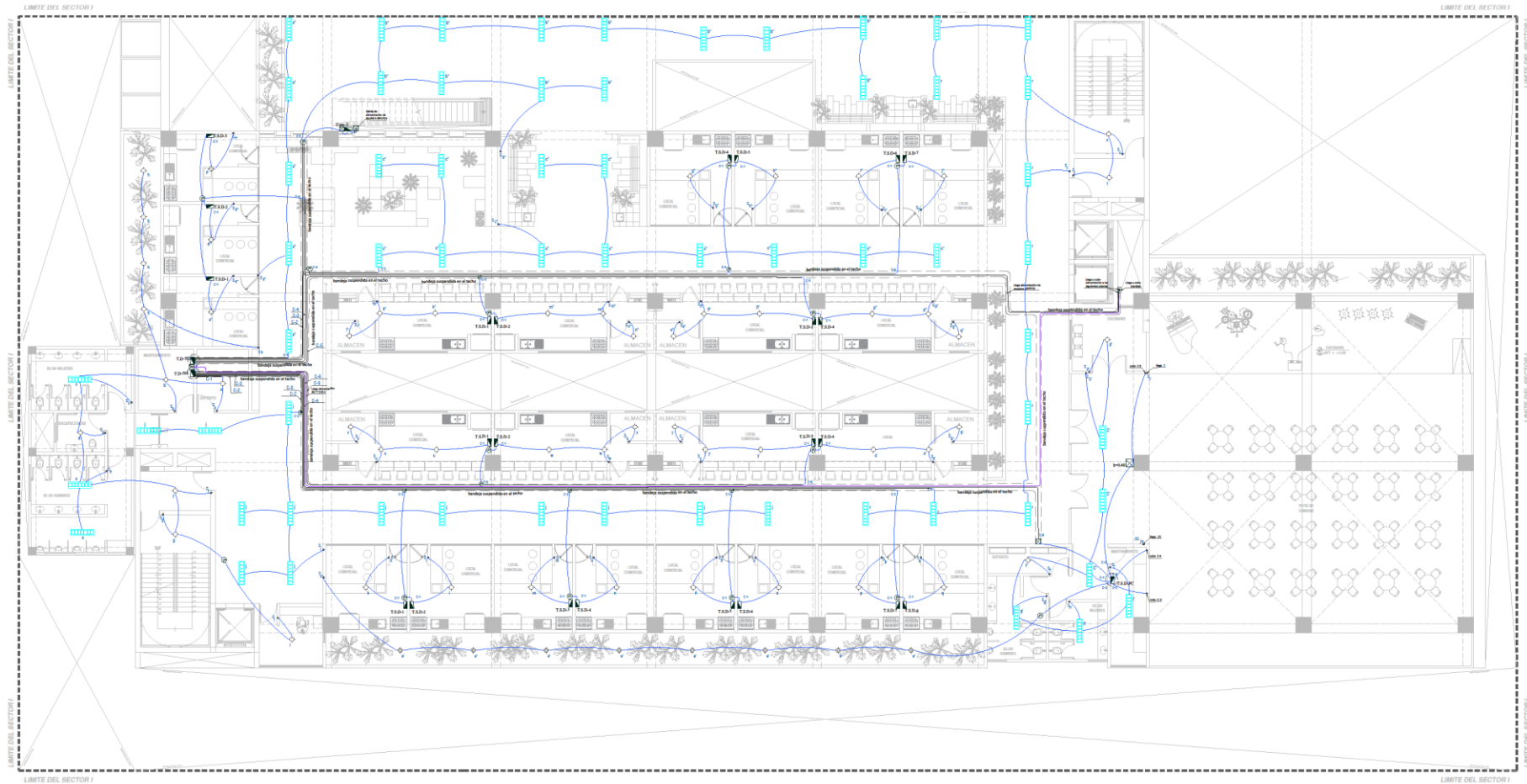
ESQUEMA UNIFILAR TABLERO T.S.D-LOCALES



LEYENDA			
SIMBOLO	DESCRIPCION	ALTIMETRIA (mm)	TIPO DE CABLE
○	SALIDA PARA ALUMBRADO EN EL TECHO	---	OCT-100-40
○	SALIDA PARA ALUMBRADO EN LA PARED (BRAQUETE)	1.80	OCT-100-40
○	INTERRUPTOR SIMPLE, DOBLE Y TRIPLE	1.40	100-14-10-10
○	CONTACTO DE ALUMBRADO ADOSADO	---	---
○	TRANSFORMADOR SEPAREL PAREL CON TUBO A TIERRA	0.40 / 1.50	SEPAREL
○	CASA DE PASEO CON TAPA CRISTAL	0.40 / 1.20	OCT-100-40
○	CASA DE PASEO CUBIERTA DE 200x200mm SALVO IDENTIFICACION	1.80	CSAD-100-40
○	TABLEROS DE DISTRIBUCION ELECTRICA	1.80	ESPECIAL
○	INTERRUPTOR AUTOMATICO TERMOMAGNETICO	---	---
○	MEJORAR SIN	ESPECIAL	ESPECIAL
○	PODO DE TOMA A TIERRA	---	---
○	ALUMBRADO EN CUBIERTO EN TIERRA SUSPENDIDA EN EL TECHO	---	---
○	ALUMBRADO EN CUBIERTO EN TIERRA SUSPENDIDA EN LA PARED	---	---
○	ALUMBRADO EN CUBIERTO EN TIERRA SUSPENDIDA EN EL PISO	---	---
○	TIERRA CON 4 CONDUCTORES	---	---
○	TIERRA CON 4 CONDUCTORES	---	---
○	PUENTE METALICO	---	---

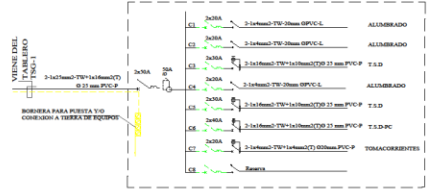
SECTOR I
 PROYECTO DE INSTALACIONES ELECTRICAS
 PLANO DE ILUMINARIAS-PRIMER PISO
 ESC 1/75

UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO		FACULTAD DE ARQUITECTURA		ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA	
CENTRO GASTRONOMICO CULTURAL		INSTALACIONES ELECTRICAS		PLANO DE ILUMINARIAS	
PRIMER PISO		PRIMER PISO		PRIMER PISO	
AUTOR: JOSE LUIS VEGAR HUEL		BOBO DE LAMBO		1/75	
FECHA: 2020		PROYECTO: IE-04		AD	

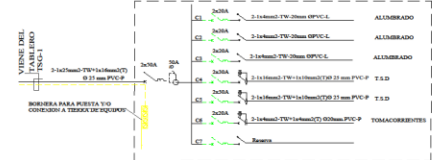


LEYENDA			
SIMBOLO	DESCRIPCION	ALTIMETRIA (m)	TIPO DE CABLE
○	SALIDA PARA ALUMBRADO EN EL TECHO	---	OCT-100x40
○	SALIDA PARA ALUMBRADO EN LA PARED (BRAQUETE)	2.00	OCT-100x40
○	INTERRUPTOR SIMPLE, DOBLE Y TRIPLE	1.40	100x140mm
○	INTERRUPTOR DE ALUMBRADO ADOSADO	---	---
○	TRANSFORMADOR ESPECIAL PARA PARED CON TUBERIA Y TUBERIA	0.40 / 1.00	100x100mm
○	CAJA DE PASO CON TAPA CERRADA	0.40 / 1.00	OCT-100x40
○	CAJA DE PASO CERRADA DE 200x200mm CON TUBERIA Y TUBERIA	0.40	CSA20-100mm
○	TABLERO DE DISTRIBUCION ELECTRICA	1.50	ESPECIAL
○	INTERRUPTOR AUTOMATICO TERMOMAGNETICO	---	---
○	MEDEADOR SIN	ESPECIAL	ESPECIAL
○	PARED DE TUBERIA Y TUBERIA	---	---
○	ALUMBRADO DE CUBIERTO EN TUBERIA SUSPENDIDA EN EL TECHO	---	---
○	ALUMBRADO DE CUBIERTO EN TUBERIA SUSPENDIDA EN TUBERIA PARED	---	---
○	ALUMBRADO DE CUBIERTO EN TUBERIA SUSPENDIDA EN EL PISO	---	---
○	TUBERIA CON 4 CONDUCTORES	---	---
○	TUBERIA CON 4 CONDUCTORES	---	---
○	PUENTE METALICO	---	---

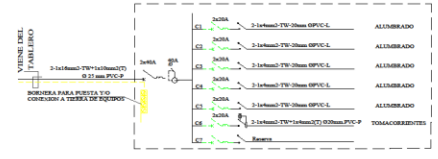
ESQUEMA UNIFILAR TABLERO T.D-501



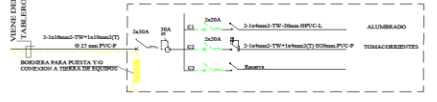
ESQUEMA UNIFILAR TABLERO T.D-502



ESQUEMA UNIFILAR TABLERO T.S.D-PC



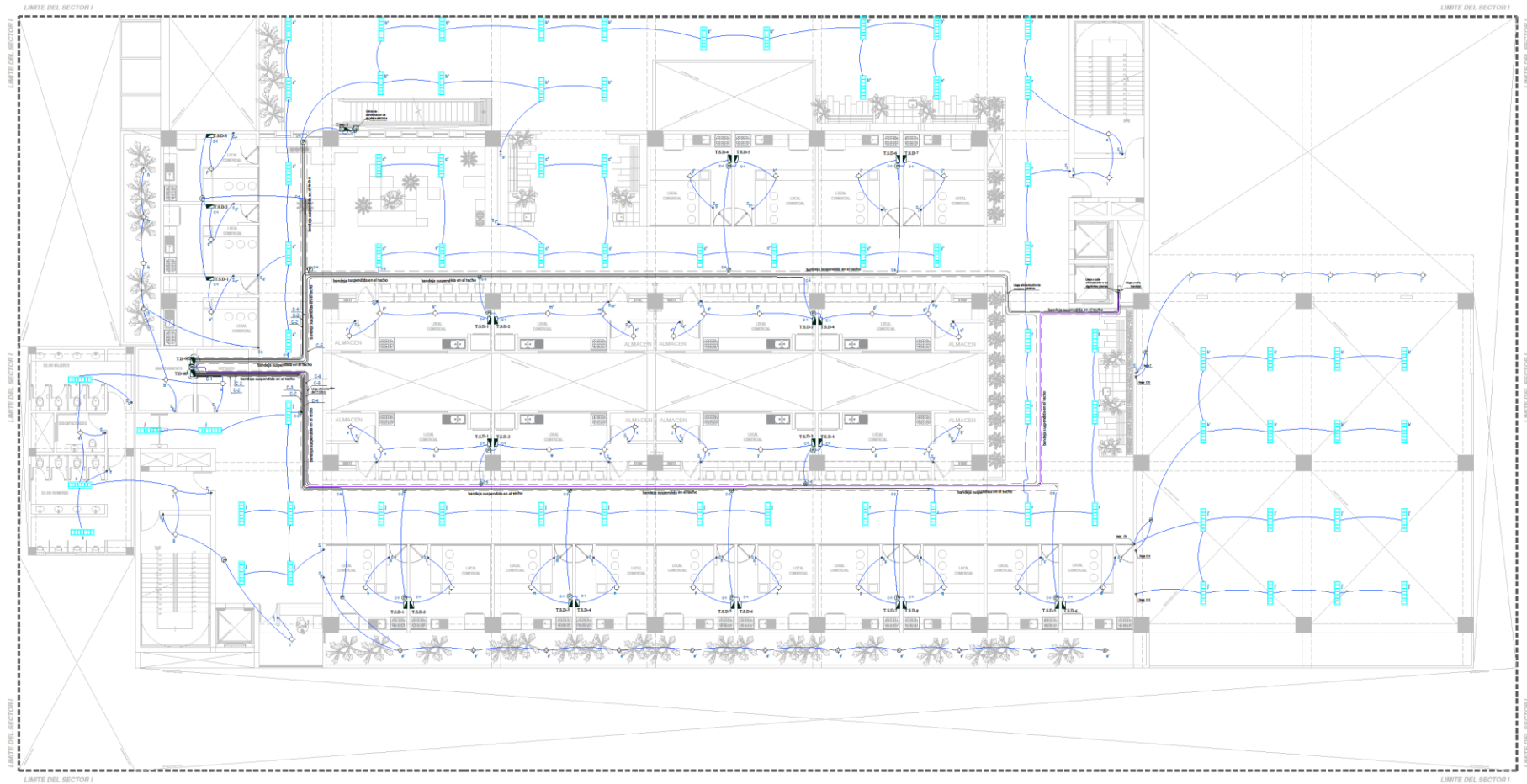
ESQUEMA UNIFILAR TABLERO T.S.D-LOCALES



SECTOR I

PROYECTO DE INSTALACIONES ELECTRICAS
PLANO DE ILUMINARIAS-SEGUNDO PISO
ESC 1/75

INSTITUCION: UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO FACULTAD DE ARQUITECTURA ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA		TITULO DE PROYECTO: MERCADO DE ABASTOS COMO DINAMIZADOR DEL TURISMO GASTRONOMICO EN LIMA METROPOLITANA, SUI SABI MERCADO NRO 2, BARRANCO	
DEPARTAMENTO: LIMA PROVINCIAS: LIMA DISTRITO: BARRANCO		INSTITALACIONES ELECTRICAS PLANO DE ILUMINARIAS SEGUNDO PISO	
AUTOR: ING. JOSE LUIS VEGAR HOLS FECHA: 1/75 AÑO: 2020		BOB DE LINDO: IE-05 PROYECTO: AD	

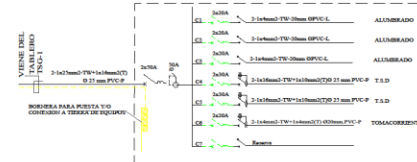


LEYENDA			
SIMBOLO	DESCRIPCION	ALTIMETRIA (mm)	TIPO DE CABLE
○	SALIDA PARA ALUMBRADO EN EL TEJCDO	---	OCT-100x40
○	SALIDA PARA ALUMBRADO EN LA PARED (BRUQUETE)	3.00	OCT-100x40
○	INTERRUPTOR SIMPLE DOBLE Y TRIPLE	1.40	100x140mm
○	INTERRUPTOR DE ALUMBRADO ADOSSADO	---	---
○	TRANSFORMADOR ESPECIAL PARA SALIDA CON TUBA A TIERRA	0.40 / 1.00	100x75x20
○	CAJA DE PASO CON TAPA CRISTAL	0.40 / 1.20	OCT-100x40
○	CAJA DE PASO CUBIERTA DE 200x200mm SALIDA INDICACION	3.00	CSAD-100x40
○	TABLERO DE DISTRIBUCION ELECTRICA	1.50	ESPECIAL
○	INTERRUPTOR AUTOMATICO TERMOMAGNETICO	---	---
○	MEJORER SIN	ESPECIAL	ESPECIAL
○	PODO DE TOMA A TIERRA	---	---
○	ALUMBRADO CON CUBIERTO EN TIERRA SUSPENDIDA EN EL TEJCDO	---	---
○	ALUMBRADO CON CUBIERTO EN TIERRA SUSPENDIDO EN TUBO DE PARED	---	---
○	ALUMBRADO CON CUBIERTO EN TIERRA SUSPENDIDO EN EL PISO	---	---
○	TIERRA CON 2 CONDUCTORES	---	---
○	TIERRA CON 4 CONDUCTORES	---	---
○	PUENTE METALICO	---	---

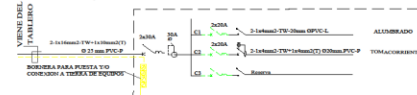
ESQUEMA UNIFILAR TABLERO T.D-601



ESQUEMA UNIFILAR TABLERO T.D-602



ESQUEMA UNIFILAR TABLERO T.S.D-LOCALES

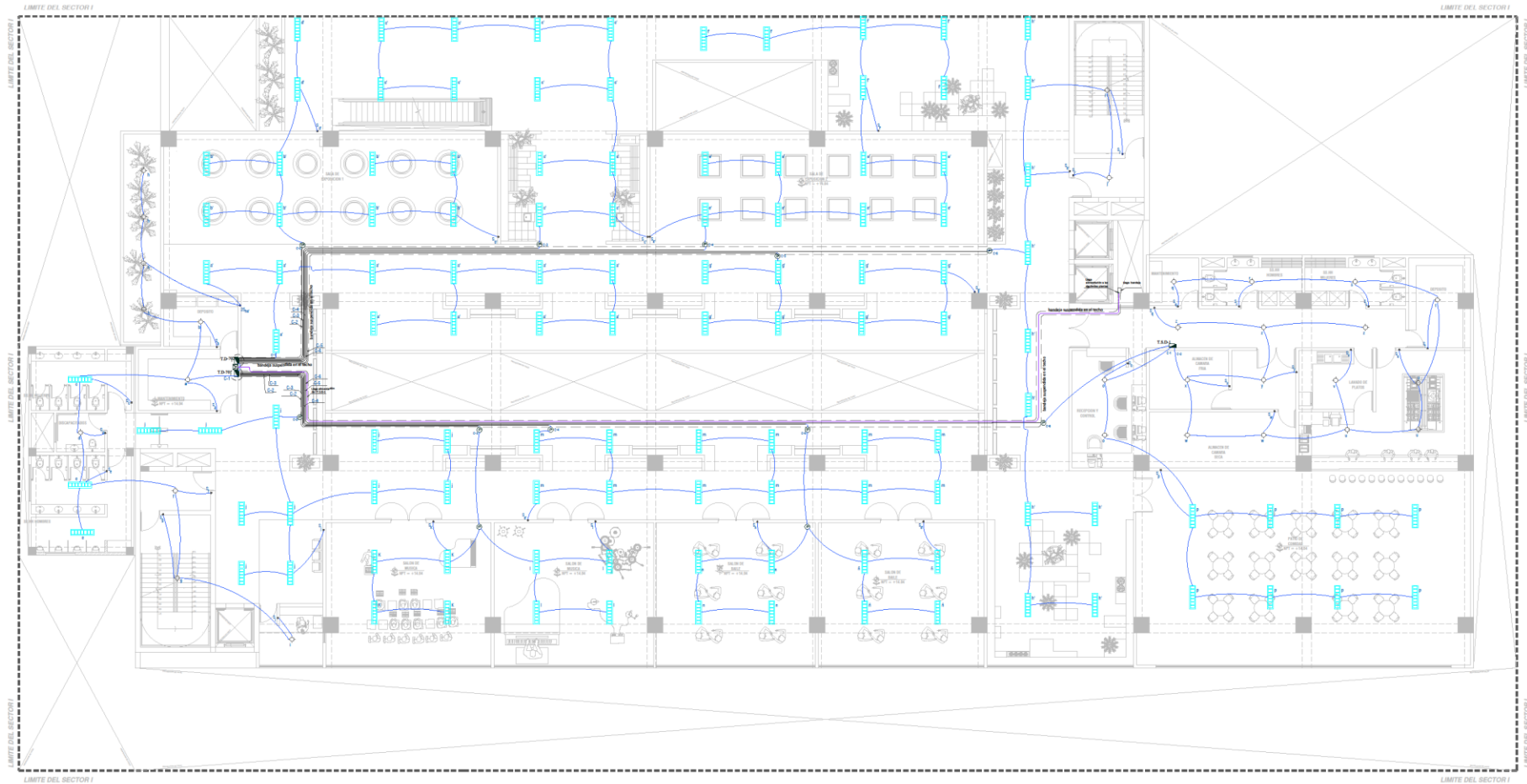


SECTOR I

PROYECTO DE INSTALACIONES ELECTRICAS
PLANO DE ILUMINARIAS-TERCER PISO
ESC 1/75

UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO FACULTAD DE ARQUITECTURA ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA	TÍTULO DE PROYECTO: MERCADO DE ABASTOS COMO DINAMIZADOR DEL TURISMO GASTRONÓMICO EN UNA METROPOLITANA DEL Suroccidente del Perú	INSTITALACIONES ELECTRICAS
	DEPARTAMENTO: LIMA LIMA DISTRITO: BARRANCO	PLAN DE ILUMINARIAS
	AUTOR: JOSE LUIS VEGAL BELLO	TERCER PISO
	FECHA: 2020 PROYECTO: AD	ESCALA: 1/75

IE-06



SECTOR I

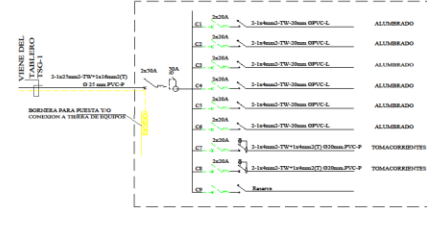
PROYECTO DE INSTALACIONES ELECTRICAS
 PLANO DE ILUMINARIAS-CUARTO PISO
 ESC 1/75

LEYENDA			
SIMBOLO	DESCRIPCION	ALTIMETRIA (en metros)	TIPO DE SALIDA
○	SALIDA PARA ALUMBRADO EN EL TECHO	---	OCT-100x40
○	SALIDA PARA ALUMBRADO EN LA PARED (RAQUETE)	2.00	OCT-100x40
○	INTERRUPTOR: SIMPLE, DOBLE Y TRIPLE	1.40	100x140x50
□	CONTACTO DE ALUMBRADO ADOSADO	---	---
□	TOMACORRIENTE ESPECIAL: PANELES CON TUBO A TIERRA	0.40 / 1.20	100x75x20
□	CAJA DE PASEO CON TAPA CIEGAL	0.40 / 1.20	OCT-100x40
□	CAJA DE PASEO CUBIERTA DE 200x200mm LALVO INDICACION	2.00	CSAD-100x40
□	TABLERO DE DISTRIBUCION ELECTRICA	2.00	ESPECIAL
□	INTERRUPTOR AUTOMATICO TERMOMAGNETICO	---	---
□	MEJORER SIN	ESPECIAL	ESPECIAL
□	POZO DE TOMA A TIERRA	---	---
□	ALUMBRADOR O CILINDRO EN TIERRA SUSPENDIDA EN EL TECHO	---	---
□	ALUMBRADOR O CILINDRO EN TIERRA EMPUJADO EN TUBO DE PARED	---	---
□	ALUMBRADOR O CILINDRO EN TIERRA EMPUJADO EN EL PISO	---	---
□	TIERRERA CON 3 CONDUCTORES	---	---
□	TIERRERA CON 4 CONDUCTORES	---	---
□	PUERTE METALICO	---	---

ESQUEMA UNIFILAR TABLERO T.D-701

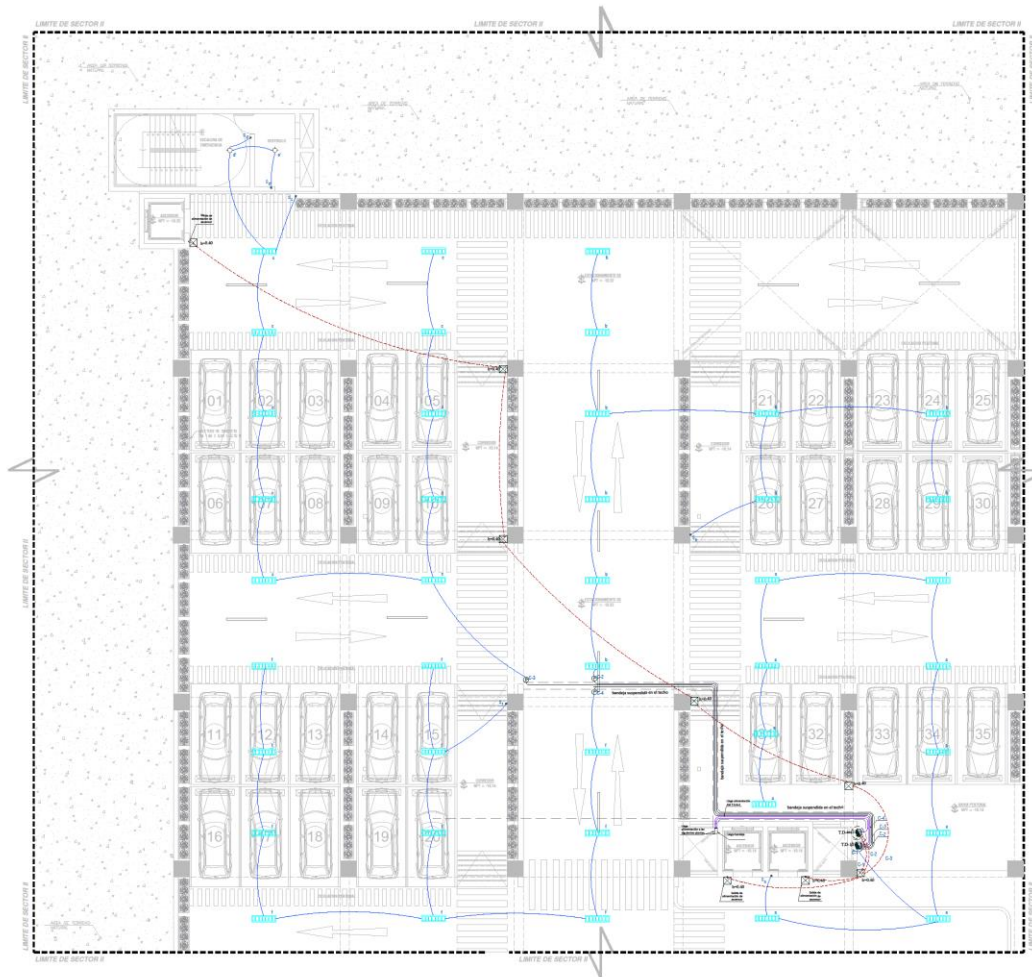


ESQUEMA UNIFILAR TABLERO T.D-702



UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO FACULTAD DE ARQUITECTURA ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA	TITULO DE PROYECTO: MERCADO DE ABASTOS COMO DINAMIZADOR DEL TURISMO GASTRONOMICO EN LIMA METROPOLITANA S19 SABI MERCADO NRO 2, BARRANCO	TITULO DE PROYECTO: INSTALACIONES ELECTRICAS
	DEPARTAMENTO: LIMA PROFESIONAL: LIMA DISTRITO: BARRANCO	PLANO DE ILUMINARIAS CUARTO PISO
	AUTOR: ING. JOSE LUIS VEGAL BELLO	BOB DE LAMBO: 1/75
	FECHA: 2020 PROYECTO: AD	IE-07

Planos de iluminarias – SECTOR 2

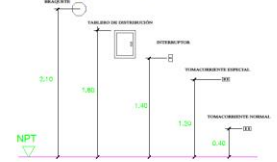


LEYENDA			
Simbolo	DESCRIPCION	Al. Max. en cm	TIPO DE CABLE
⊙	SALIDA PARA ALUMBRADO EN EL TEJADO	---	OCT 10x40
⊙	SALIDA PARA ALUMBRADO EN LA PARRA (PAQUETE)	---	OCT 10x40
⊕	INTERRUPTOR SIMPL. SOB. A TIERRA	1.40	OCAL
⊕	ARTIFICIO DE ALUMBRADO ADOSADO	---	---
⊕	TOMACORRIENTE SIMPL. SOB. A TIERRA	0.40 / 1.20	8020
⊕	CAJA DE PIANO CON TAPA CUBA	0.40 / 2.20	OCT 10x40
⊕	CAJA DE PIANO CON TAPA DE BORNAL PARA BORNAL	---	---
⊕	TABLERO DE INSTRUMENTACION ELECTRICIA	---	ESPECIAL
⊕	INTERRUPTOR AUTOMATICO TERMOMAGNETICO	---	---
⊕	MEDECION EN V	ESPECIAL	ESPECIAL
⊕	PROTECTOR DE TUBERIA	---	---
⊕	ALUMBRADO O CONCRETO EN TUBERIA EXPONIDA	---	---
⊕	ALUMBRADO O CONCRETO EN TUBERIA EMPOTRADA EN TRAYECTORIA	---	---
⊕	ALUMBRADO O CONCRETO EN TUBERIA EMPOTRADA EN EL TEJADO	---	---
⊕	TUBERIA CON 2 CONDUCTORES	---	---
⊕	TUBERIA CON 3 CONDUCTORES	---	---
⊕	PROTE METALICO	---	---

ESPECIFICACIONES TECNICAS

- 1. LAS TUBERIAS DEBEN DE SER DE POLIETILENO (PVC) O ALTO DENSIDAD.
- 2. EL ALUMBRADO DEBEN SER DE 1700 mm x 1700 mm.
- 3. LOS CONDUCTORES DEBEN DE SER ELECTRICOS CON CALIBRE 100 Y 125.
- 4. SE DEBE DE USAR LA MEDIDA DE 1700 mm x 1700 mm.
- 5. LAS CAJAS DE BORNAL DEBEN DE SER DE ALUMINIO O INOXIDABLE.
- 6. LAS CAJAS DE BORNAL DEBEN DE SER DE ALUMINIO O INOXIDABLE.
- 7. LAS CAJAS DE BORNAL DEBEN DE SER DE ALUMINIO O INOXIDABLE.
- 8. LAS CAJAS DE BORNAL DEBEN DE SER DE ALUMINIO O INOXIDABLE.
- 9. LAS CAJAS DE BORNAL DEBEN DE SER DE ALUMINIO O INOXIDABLE.
- 10. LAS CAJAS DE BORNAL DEBEN DE SER DE ALUMINIO O INOXIDABLE.
- 11. LAS CAJAS DE BORNAL DEBEN DE SER DE ALUMINIO O INOXIDABLE.
- 12. LAS CAJAS DE BORNAL DEBEN DE SER DE ALUMINIO O INOXIDABLE.
- 13. LAS CAJAS DE BORNAL DEBEN DE SER DE ALUMINIO O INOXIDABLE.
- 14. LAS CAJAS DE BORNAL DEBEN DE SER DE ALUMINIO O INOXIDABLE.
- 15. LAS CAJAS DE BORNAL DEBEN DE SER DE ALUMINIO O INOXIDABLE.
- 16. LAS CAJAS DE BORNAL DEBEN DE SER DE ALUMINIO O INOXIDABLE.
- 17. LAS CAJAS DE BORNAL DEBEN DE SER DE ALUMINIO O INOXIDABLE.
- 18. LAS CAJAS DE BORNAL DEBEN DE SER DE ALUMINIO O INOXIDABLE.
- 19. LAS CAJAS DE BORNAL DEBEN DE SER DE ALUMINIO O INOXIDABLE.
- 20. LAS CAJAS DE BORNAL DEBEN DE SER DE ALUMINIO O INOXIDABLE.
- 21. LAS CAJAS DE BORNAL DEBEN DE SER DE ALUMINIO O INOXIDABLE.
- 22. LAS CAJAS DE BORNAL DEBEN DE SER DE ALUMINIO O INOXIDABLE.
- 23. LAS CAJAS DE BORNAL DEBEN DE SER DE ALUMINIO O INOXIDABLE.
- 24. LAS CAJAS DE BORNAL DEBEN DE SER DE ALUMINIO O INOXIDABLE.
- 25. LAS CAJAS DE BORNAL DEBEN DE SER DE ALUMINIO O INOXIDABLE.
- 26. LAS CAJAS DE BORNAL DEBEN DE SER DE ALUMINIO O INOXIDABLE.
- 27. LAS CAJAS DE BORNAL DEBEN DE SER DE ALUMINIO O INOXIDABLE.
- 28. LAS CAJAS DE BORNAL DEBEN DE SER DE ALUMINIO O INOXIDABLE.
- 29. LAS CAJAS DE BORNAL DEBEN DE SER DE ALUMINIO O INOXIDABLE.
- 30. LAS CAJAS DE BORNAL DEBEN DE SER DE ALUMINIO O INOXIDABLE.
- 31. LAS CAJAS DE BORNAL DEBEN DE SER DE ALUMINIO O INOXIDABLE.
- 32. LAS CAJAS DE BORNAL DEBEN DE SER DE ALUMINIO O INOXIDABLE.
- 33. LAS CAJAS DE BORNAL DEBEN DE SER DE ALUMINIO O INOXIDABLE.
- 34. LAS CAJAS DE BORNAL DEBEN DE SER DE ALUMINIO O INOXIDABLE.
- 35. LAS CAJAS DE BORNAL DEBEN DE SER DE ALUMINIO O INOXIDABLE.

ALTURAS REFERENCIALES DE INSTALACION DE SALIDAS



ESQUEMA UNIFILAR TABLERO T.D-101



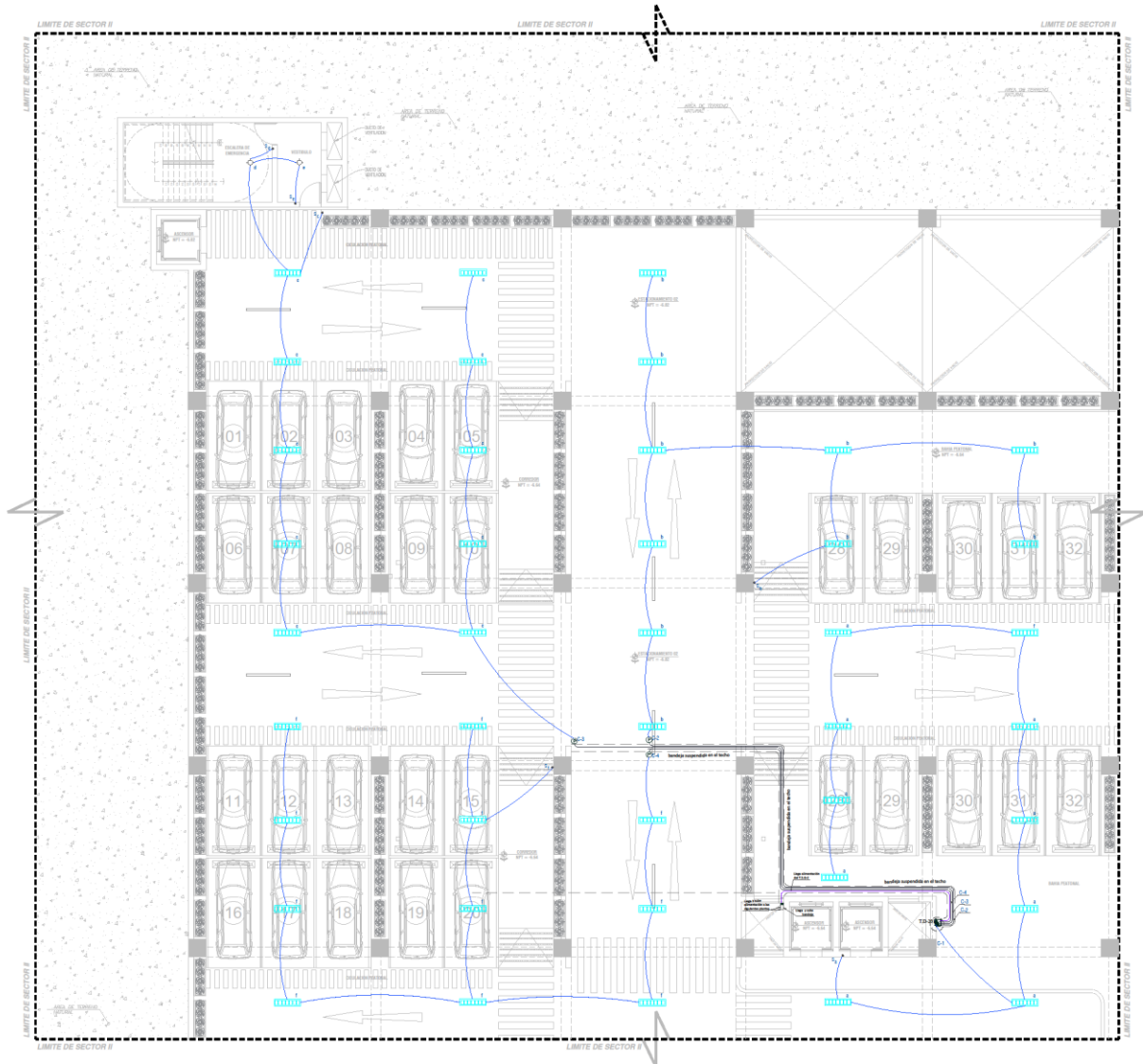
ESQUEMA UNIFILAR TABLERO T.D-AS2



SECTOR II

PROYECTO DE INSTALACIONES ELECTRICAS
PLANO DE ILUMINARIAS-SOTANO 03
ESC: 1/75

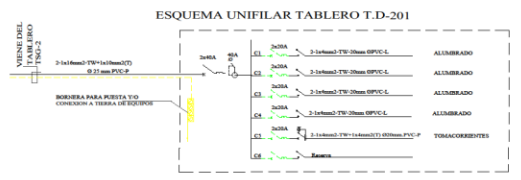
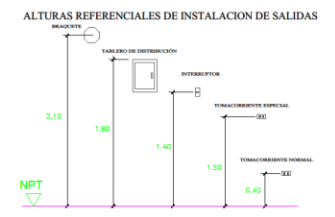
UNIVERSIDAD DE SAN VALLE		CENTRO DE INVESTIGACIONES CIENTIFICAS	
FACULTAD DE INGENIERIA		PROGRAMA DE INGENIERIA EN SISTEMAS DE COMPUTACION	
PROFESOR(A) DE INGENIERIA		BARBARA	
ESTUDIANTE		JOSUE	
FECHA		2020	
TITULO		PLANO DE ILUMINARIAS	
AUTOR		JOSUE	
PROFESOR		BARBARA	
FECHA		2020	
PROYECTO		IE-08	



LEYENDA			
Símbolo	Descripción	Altura (m)	Tipo de Carga
⊕	Salida para alumbrado en el techo	---	OCT-100w
⊕	Salida para alumbrado en la pared (braguete)	3.00	OCT-100w
⊕	Interruptor simple, fuso y tapa	1.40	RECT
⊕	Abreactivo de alumbrado ajustado	---	---
⊕	Tornavolante bipolar doble con toma a tierra	0.40 / 1.30	RECT
⊕	Caja de paso con tapa ciega	0.40 / 2.20	OCT-100w
⊕	Caja de paso cubierta de 300mm salvo dedicación	3.00	CUAD-100w
⊕	Tablero de distribución eléctrica	3.00	ESPECIAL
⊕	Interruptor automático termomagnético	---	---
⊕	Medidor kWh	---	ESPECIAL
⊕	Punto de toma a tierra	---	---
---	Alimentación o circuito en tubería suspendida en el techo	---	---
---	Alimentación o circuito en tubería empotrada en techo de pared	---	---
---	Alimentación o circuito en tubería empotrada en piso	---	---
---	Tubería con 3 conductores	---	---
---	Tubería con 4 conductores	---	---
---	Porte metálico	---	---

ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

- 1° LAS TUBERÍAS SERÁN DE ALUMINIO PESADO PVC-O SALVO DEDICACIÓN, EL DIÁMETRO MÍNIMO SERÁ DE 1.50m.
- 2° LAS TUBERÍAS DEVIDEN SER EMPOTRADAS EN EL TECHO O PARED EN LA MISMA SECCIÓN A INSTALAR SERÁ DE 2.50m.
- 3° LAS CAJAS SERÁN DE FIERRO GALVANIZADO DEL TIPO VERDE.
- 4° LOS TABLEROS DE DISTRIBUCIÓN ELÉCTRICA SERÁN PARA BARRAS DE CABLES METÁLICO CON INTERRUPTORES AUTOMÁTICOS TERMOMAGNÉTICOS SIN FUSIBLES.
- 5° LOS ACCESORIOS DE CONEXIÓN SERÁN ESPECIALES O SIMILARES A LOS DE LA SERIE MAGGE DE TENDRO.
- 6° LAS CAJAS SERÁN DE PVC AUTOCURABLE 100x100mm.
- 7° LAS CAJAS QUE TENGAN MÁS DE DOS TORNOS SE REEMPLAZARÁN POR CAJA CUBIERTA CON TAPA EN GAN. CUBIERTA 100 x 75 mm.



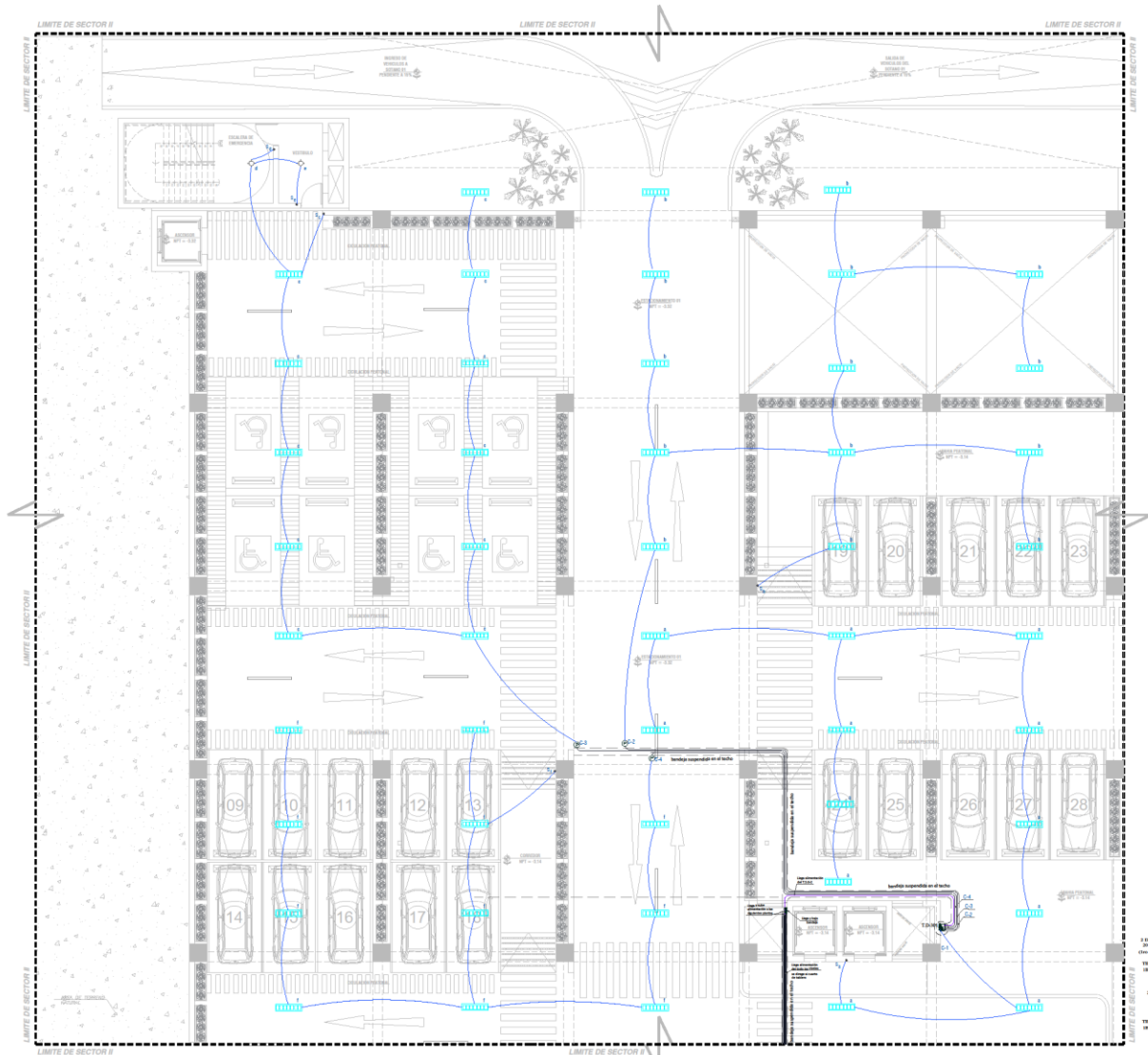
SECTOR II

PROYECTO DE INSTALACIONES ELÉCTRICAS
 PLANO DE ILUMINARIAS-SOTANO 02
 ESC 1/75

UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO FACULTAD DE ARQUITECTURA ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA	TÍTULO DE PROYECTO: CENTRO GASTRONÓMICO CULTURAL	TÍTULO DE PROYECTO: INSTALACIONES ELÉCTRICAS
	DEPARTAMENTO: LIMA PROVINCIA: LIMA DISTRITO: BARRANCO	PLAN DE ILUMINARIAS
MERCADO DE ABASTOS COMO DINAMIZADOR DEL TURISMO GASTRONÓMICO EN LIMA METROPOLITANA, S.O.19 CABO MERCADO NRO 2, BARRANCO		PLAN DE ILUMINARIAS
SECTOR II		I.E-09

SECTOR II

PROYECTO DE INSTALACIONES ELECTRICAS
PLANO DE ILUMINARIAS-SOTANO 01
ESC 1/75

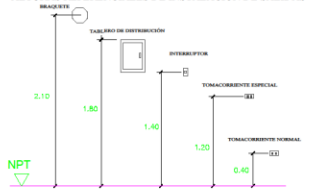


LEYENDA			
Símbolo	Descripción	Altura (m) (Dist. desde)	Tipo de Carga
○	Salida para alumbrado en el techo	---	OCT 100x40
○	Salida para alumbrado en la pared (Brazo) (C)	3.00	OCT 100x40
○	Tomacorriente especial, simple y triple	1.40	REC 100x175
□	Interruptor de alumbrado ajustable	---	---
□	Tomacorriente simple sobre y con a tierra	0.40 / 1.30	REC 100x175
□	Caja de paso con tapa ciega	0.40 / 1.30	OCT 100x40
□	Caja de paso cuadrada de 200x200mm salvo indicación	2.40	OCT 100x40
□	Tablero de distribución eléctrica	1.80	ESPECIAL
□	Interruptor automático termomagnético	---	---
□	Medidor kWh	ESPECIAL	ESPECIAL
□	Pozo de tona a tierra	---	---
---	Alumbrado o circuito en tubería suspendida en el techo	---	---
---	Alumbrado o circuito en tubería empotrada en techo (pared)	---	---
---	Alumbrado o circuito en tubería empotrada en el piso	---	---
---	Tubería con 3 conductores	---	---
---	Tubería con 4 conductores	---	---
□	Porte metálico	---	---

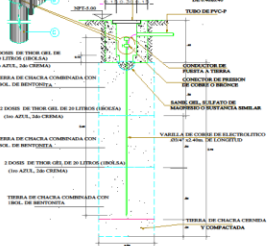
ESPECIFICACIONES TECNICAS

- 1° LAS TUBERIAS SERAN DE PLASTICO PESADO PVC-O SALVO INDICACION. EL DIAMETRO NOMINAL SERA DE 1" mm Ø.
- 2° LOS CONDUCTORES SERAN DE COBRE ELECTROLITICO CON ALAMBADO TW Y SECCION Ø 2mm. LA MEDIDA SECCION A INSTALAR SERA DE 3 mm.
- 3° LAS CAJAS SERAN DE FIERRO GALVANIZADO DEL TIPO PESADO.
- 4° LOS TABLEROS DE DISTRIBUCION ELECTRICA SERAN PARA EXTERIORES DE CALIBRE METALICO CON INTERRUPTORES AUTOMATICOS TERMOMAGNETICOS SIN FUSIBLES.
- 5° LOS CABLES DE CONDUCTORES SERAN ISOLADOS O SIMILARES A LOS DE LA SERIE MAGEC DE TUBOS.
- 6° LAS CAJAS SERAN DE PVC RECTANGULARES 100x175mm.
- 7° LAS CAJAS QUE TENGAN MAS DE DOS TUBOS SE REEMPLAZARAN POR CAJA CUADRADA 100 x 100 mm.
- 8° LAS CAJAS QUE TENGAN MAS DE DOS TUBOS SE REEMPLAZARAN POR CAJA CUADRADA CON TAPA UN GAN CUADRADA 100 x 100 mm.

ALTURAS REFERENCIALES DE INSTALACION DE SALIDAS



ESQUEMA UNIFILAR TABLERO T.D-301

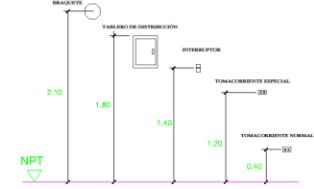


DETALLE POZO PUESTA A TIERRA Esc. 1/25

UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO FACULTAD DE ARQUITECTURA ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA	CENTRO GASTRONOMICO CULTURAL DEPARTAMENTO: LIMA PROFESOR: GUSTAVO DIAZ BARRANDINO	PLANO DE ILUMINARIAS AUTORA: ESTEFANIA SOTANO 01
TITULO DE PROYECTO: MERCADO DE ABASTOS COMERCIALIZADOR DEL TURISMO GASTRONOMICO EN LIMA METROPOLITANA, S219 CABO MERCADO NRO 2, BARRANDINO		TITULO DE PROYECTO: INSTALACIONES ELECTRICAS
TITULO DE PROYECTO: MERCADO DE ABASTOS COMERCIALIZADOR DEL TURISMO GASTRONOMICO EN LIMA METROPOLITANA, S219 CABO MERCADO NRO 2, BARRANDINO		TITULO DE PROYECTO: INSTALACIONES ELECTRICAS
FECHA: 2020 PROYECTO: AD	FECHA: 2020 PROYECTO: AD	FECHA: 2020 PROYECTO: AD

LEYENDA			
Símbolo	Descripción	Altura (m)	Tipo de Carga
⊕	Salida para alumbrado en el techo	---	OCT-100W
⊕	Salida para alumbrado en la pared (bragüetes)	3.00	OCT-100W
⊕	Interruptor simple, doble y triple	1.40	RECT-100W/200W
⊕	Abtracto de alumbrado adosado	---	---
⊕	Tomacorriente bipolar doble con toma a tierra	0.40 / 1.20	RECT-100W/200W
⊕	Caja de paso con tapa ciega	0.40 / 2.20	OCT-100W
⊕	Caja de paso cuadrada de 300x300mm salvo indicación	3.00	CUAD-100W
⊕	Tablero de distribución eléctrica	1.20	ESPECIAL
⊕	Interruptor automático termomagnético	---	ESPECIAL
⊕	Medidor kWh	---	ESPECIAL
⊕	Punto de toma a tierra	---	---
---	Alumbrado circunferencial en tubería suspendida en el techo	---	---
---	Alumbrado circular circunferencial en tubería empotrada en techo (pared)	---	---
---	Alumbrado circular circunferencial en tubería empotrada en el piso	---	---
---	Tubería con 7 conductores	---	---
---	Tubería con 3 conductores	---	---
---	Poste metálico	---	---

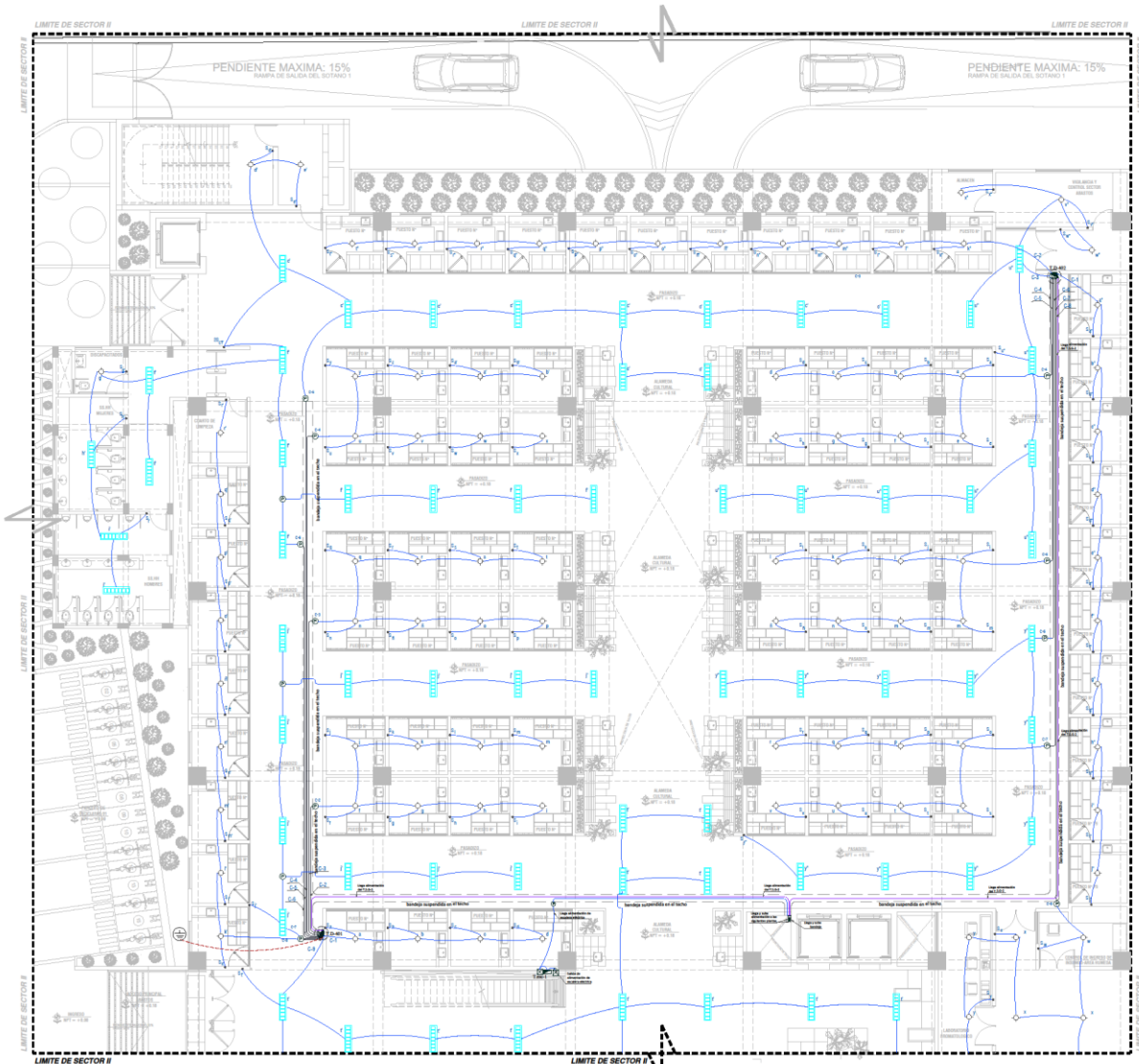
ALTURAS REFERENCIALES DE INSTALACION DE SALIDAS



ESQUEMA UNIFILAR TABLERO T.D-401



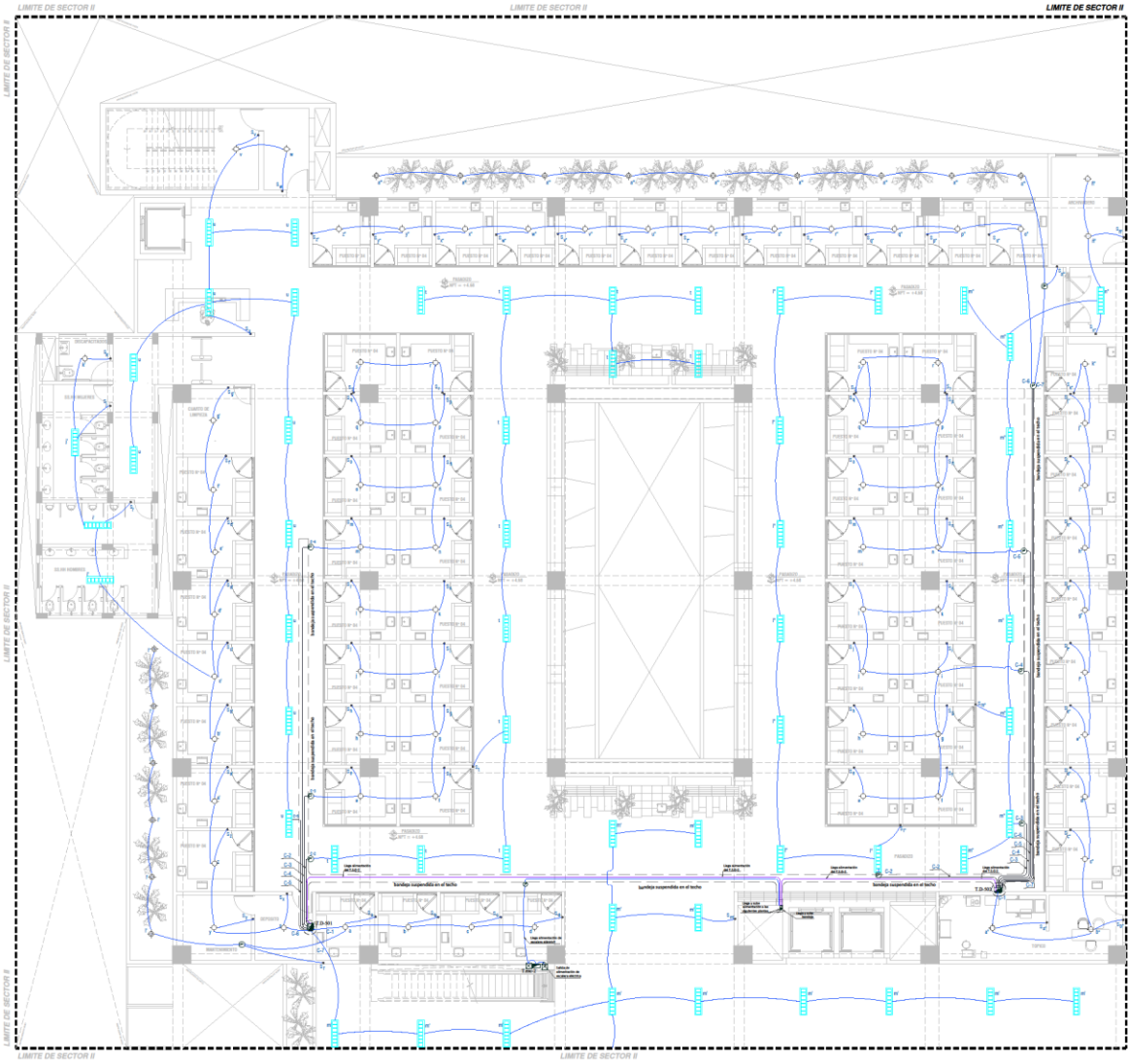
ESQUEMA UNIFILAR TABLERO T.D-402



SECTOR II

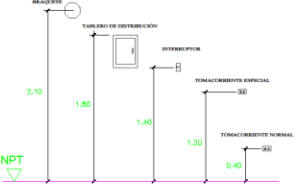
PROYECTO DE INSTALACIONES ELECTRICAS
 PLANO DE ILUMINARIAS-PRIMER PISO
 ESC 1/75

UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO FACULTAD DE ARQUITECTURA ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA	TÍTULO DE PROYECTO: CENTRO GASTRONÓMICO CULTURAL	TÍTULO DE PROYECTO: INSTALACIONES ELÉCTRICAS
	DEPARTAMENTO: LIMA	PROYECTO: PLANO DE ILUMINARIAS
	PROVINCIA: LIMA	ETAPA: PRIMER PISO
	DISTRITO: BARANCO	AUTOR: ING. GERMÁN BARRAL ING. JOSÉ LUIS VERAVAL HOLGADO
SECTOR II CENTRO GASTRONÓMICO CULTURAL	FECHA: 1/75	BOB DE LÁMINA: 1E-11
	FECHA: NOVIEMBRE 2020	PROYECTO: AD
	DISEÑO: AD	

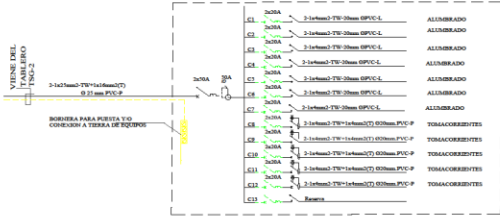


LEYENDA		
SÍMBOLO	DESCRIPCIÓN	TIPO DE CABLE
○	SALEDA PARA ALAMBRAO EN LA PARED	OCT-100x40
⊕	SALEDA PARA ALAMBRAO EN LA PARED (DISTRIBUIDOR)	OCT-100x40
⊕	INTERRUPTOR SIMPLE, DOBLE Y TRIPLE	1.40
⊕	ABERTACTO DE ALAMBRAO ADOBLADO	---
⊕	TOMACORRIENTE BIVOLTAJE DOBLE CON TOMA A TIERRA	0.40 / 1.20
⊕	CAJA DE PAND CON TAPA CIEGA	0.40 / 1.20
⊕	CAJA DE PAND CUADRADA DE 800x800mm SALVO INDICACION	0.40
⊕	TABLEROS DE DISTRIBUCIÓN ELÉCTRICA	ESPECIAL
⊕	INTERRUPTOR AUTOMÁTICO TERMOMAGNETICO	---
⊕	INDICADOR DE VOLTAJE	ESPECIAL
⊕	PUNTO DE TOMA A TIERRA	ESPECIAL
⊕	ALBENTADOR O CIRCULO EN TUBERIA PENDIENTE	---
⊕	ALBENTADOR O CIRCULO EN TUBERIA EMPOTRADO EN TECHO (BARRIO)	---
⊕	ALBENTADOR O CIRCULO EN TUBERIA EMPOTRADO EN EL PISO	---
⊕	TUBERIA CON 3 CONDUCTORES	---
⊕	TUBERIA CON 4 CONDUCTORES	---
⊕	PUERTE METALICO	---

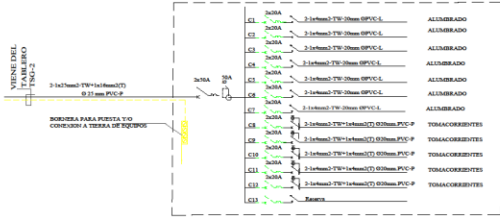
ALTURAS REFERENCIALES DE INSTALACION DE SALEDS



ESQUEMA UNIFILAR TABLERO T.D-501



ESQUEMA UNIFILAR TABLERO T.D-502



SECTOR II

PROYECTO DE INSTALACIONES ELECTRICAS
PLANO DE ILUMINARIAS-SEGUNDO PISO
ESC 1/75

TÍTULO DE PROYECTO: MERCADO DE ABASTOS COMO DINAMIZADOR DEL TURISMO GASTRONOMICO EN LIMA METROPOLITANA, EDIF. SABO MERCADO NRO. 2, BARRANCO

UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO

FACULTAD DE ARQUITECTURA

ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

DEPARTAMENTO : LIMA

PROFESOR : LUIS BARRANCO

DISCIPLINA : BARRANCO

TÍTULO DE PROYECTO: INSTALACIONES ELECTRICAS

PLANO DE ILUMINARIAS

SECTOR : SEGUNDO PISO

PROYECTO : ARE. GASTRONOMICO, BARRANCO, LIMA

PROYECTO : ASG. JORGE LUIS VESBAL BOLA

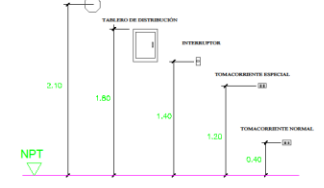
ESCALA : 1/75

FECHA : 2020

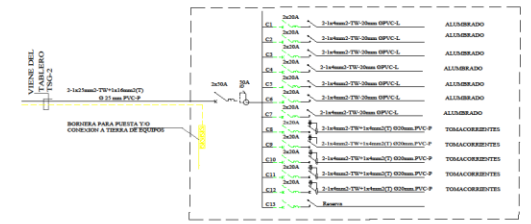
PROYECTADO : AD

LEYENDA		
ÍMBRICO	DESCRIPCIÓN	TIPO DE CABLE
○	SALIDA PARA ALUMBRADO EN TEJADO	OCT-100x40
○	SALIDA PARA ALUMBRADO EN LA PARED (BRIGANTES)	3.00 OCT-100x40
⊕	INTERRUPTOR SIMPLE, DOBLE Y TRIPLE	1.40 RECT-100x100mm
	ABERTACTO DE ALUMBRADO ADICIONADO	---
⊕	TOMACORRIENTE BIFILAR DOBLE CON TOMA A TIERRA	0.40 / 1.20 RECT-100x100mm
⊕	CAJA DE PANO CON TAPA CIEGA	0.40 / 2.20 OCT-100x40
⊕	CAJA DE PANO CUADRADA DE 300x300mm SALVO INDICACION	3.00 CUA-100x40
⊕	TABLEROS DE DISTRIBUCIÓN ELÉCTRICA	1.40 / 2.20 RECT-100x100mm
⊕	INTERRUPTOR AUTOMÁTICO TERMOMAGNÉTICO	---
⊕	INTERRUPTOR AUTOMÁTICO TERMOMAGNÉTICO	---
⊕	POSO DE TOMA A TIERRA	ESPECIAL ESPECIAL
⊕	ALIMENTADOR O CIRCUITO EN TUBERÍA SUSPENDIDA	---
⊕	ALIMENTADOR O CIRCUITO EN TUBERÍA EMPOTRADO EN TEJADO (CABALOTES)	---
⊕	ALIMENTADOR O CIRCUITO EN TUBERÍA EMPOTRADO EN EL PISO	---
⊕	TUBERÍA CON 1 CONDUCTORES	---
⊕	TUBERÍA CON 2 CONDUCTORES	---
⊕	PUERTE METÁLICO	---

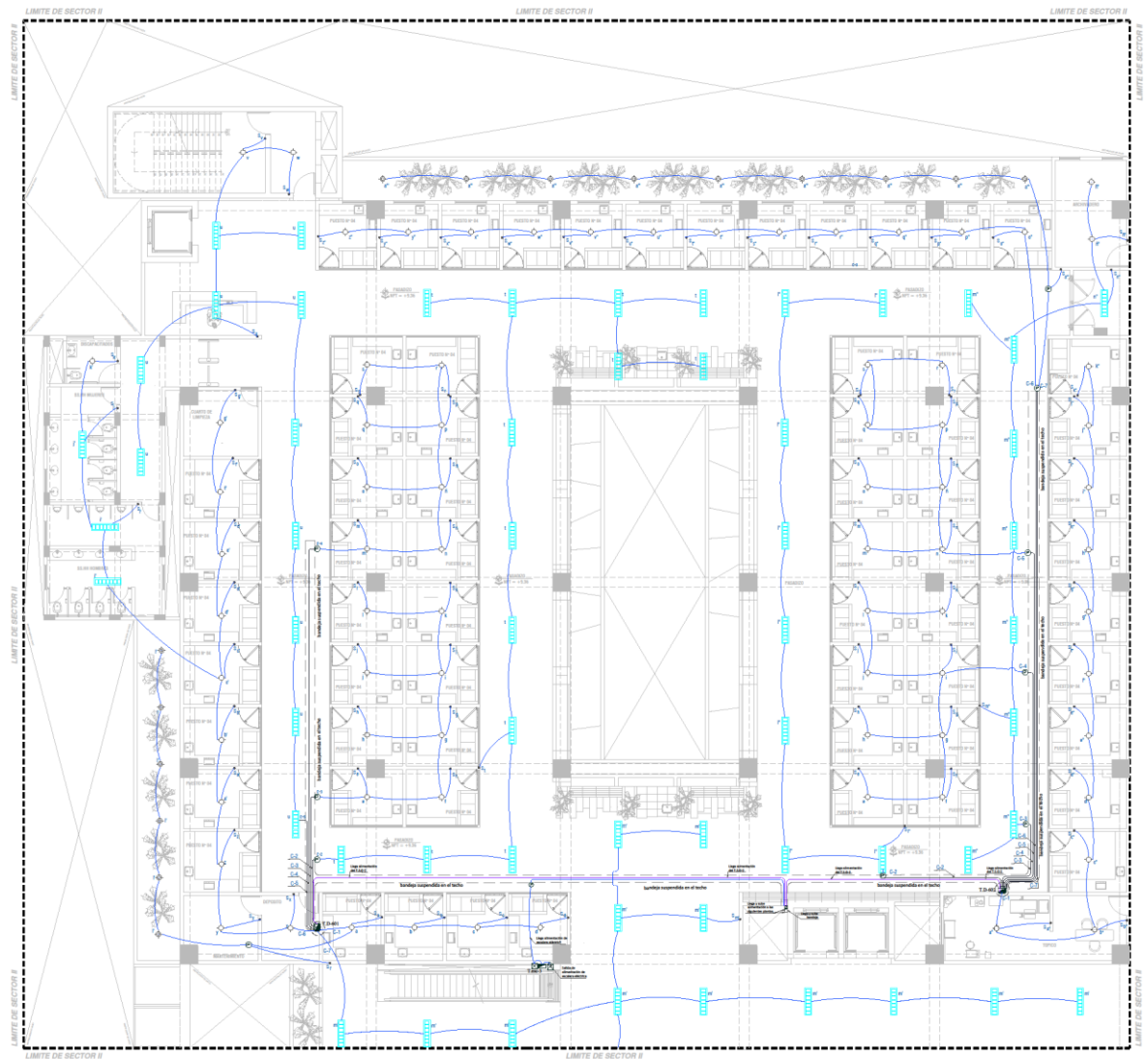
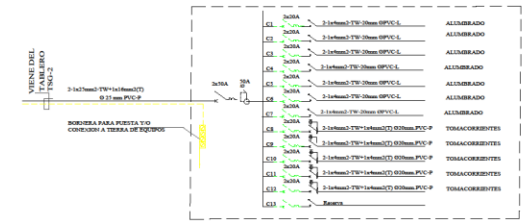
ALTURAS REFERENCIALES DE INSTALACION DE SALIDAS



ESQUEMA UNIFILAR TABLERO T.D-601



ESQUEMA UNIFILAR TABLERO T.D-602



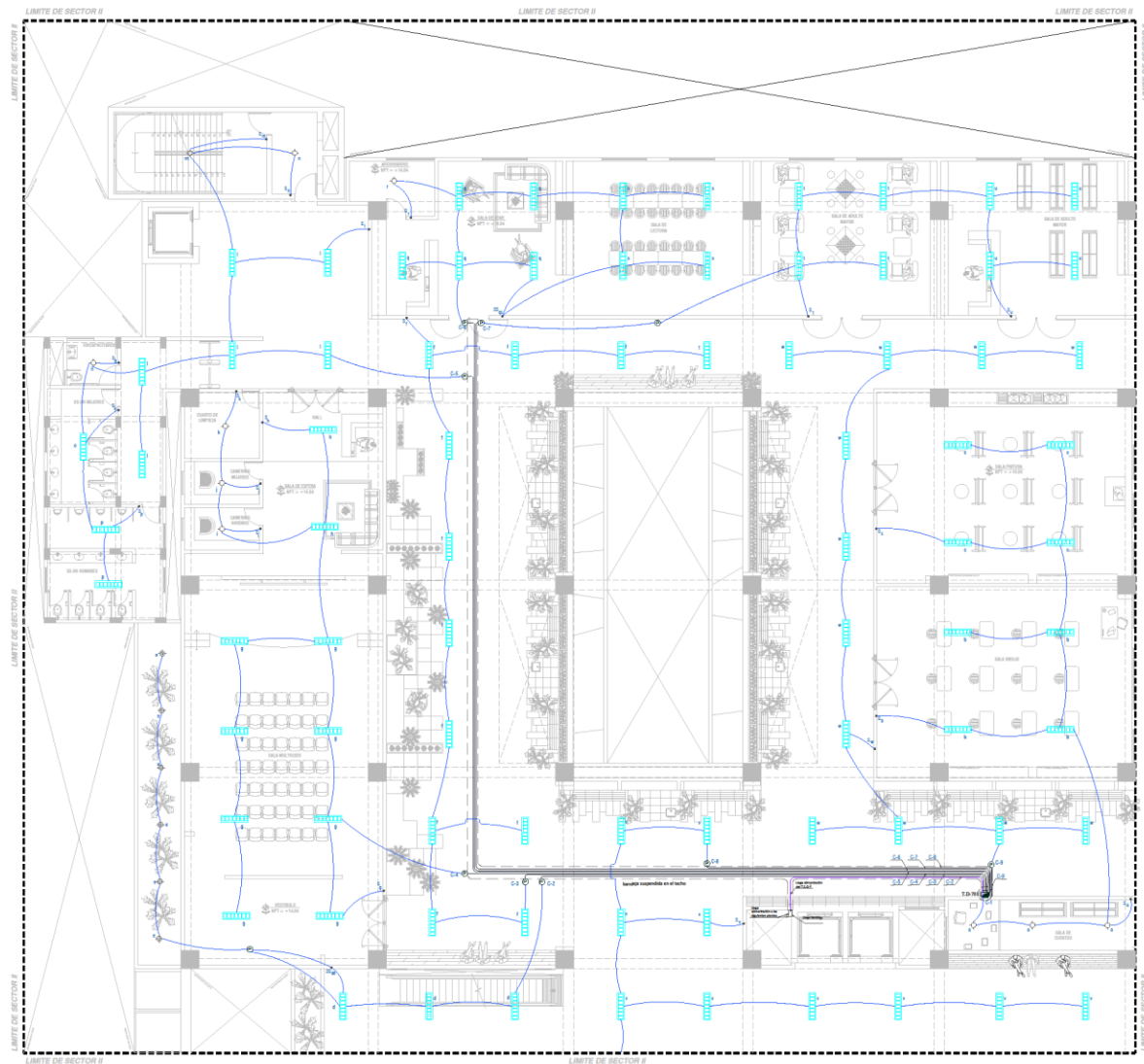
SECTOR II

PROYECTO DE INSTALACIONES ELÉCTRICAS
 PLANO DE ILUMINARIAS-TERCER PISO
 ESC 1/75

UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO FACULTAD DE ARQUITECTURA ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA	TÍTULO DE PROYECTO: MERCADO DE ABASTOS COMO DINAMIZADOR DEL TURISMO GASTRONÓMICO EN LIMA METROPOLITANA, EDIF. LABOR MERCADO NRO 2, BARRANCO	TÍTULO DE PROYECTO SUBCATEGORÍA: CENTRO GASTRONÓMICO CULTURAL	OBJETIVO: INSTALACIONES ELÉCTRICAS
	AUTOR:	DEPARTAMENTO: LIMA	REGIÓN: LIMA
	FECHA:	AÑO: 2020	ESCALA: 1/75
	PROYECTO:	AD	BOB DE LAMINA:

SECTOR II
 INSTALACIONES ELÉCTRICAS

IE-13

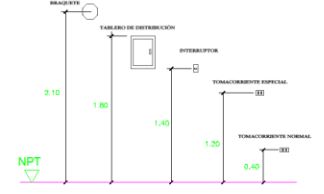


LEYENDA			
Símbolo	Descripción	Altura en metros	Tipo de Carga
○	Salida para alumbrado en el techo	---	OCT 100x40
○	Salida para alumbrado en la pared (barrilete)	3.00	OCT 100x40
○	Interruptor especial, doble y triple	1.40	REC 100x50
□	Atenuador de alumbrado ajustable	---	---
○	Tomacorriente simple doble con toma a tierra	0.40 / 1.30	REC 100x50
○	Caja de paso con tapa ciega	0.40 / 1.30	OCT 100x40
○	Caja de paso cuadrada de 200x200mm salvo indicación	3.00	CUAD 100x40
□	Tablero de distribución eléctrica	1.80	ESPECIAL
□	Interruptor automático termomagnético	---	---
□	Medidor kWh	ESPECIAL	ESPECIAL
○	Pozo de toma a tierra	---	---
---	Alimentador o circuito en tubería suspendida en el techo	---	---
---	Alimentador o circuito en tubería empotrada en techo (leparé)	---	---
---	Alimentador o circuito en tubería empotrada en el piso	---	---
---	Tubería con 1 conductor	---	---
---	Tubería con 2 conductores	---	---
---	Tubería con 3 conductores	---	---
□	Porte metálico	---	---

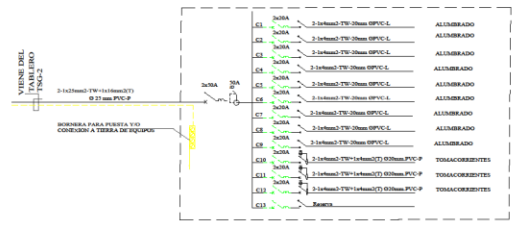
ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

- 1° LAS TUBERÍAS SERÁN DE PLÁSTICO PESADO (PVC-D) SALVO INDICACIÓN. EL DIÁMETRO SERÁ DE 1" O 1 1/2" O 2".
- 2° LOS CONDUCTORES SERÁN DE COBRE ELÉCTRICO CON AISLAMIENTO TUV Y SECCIÓN EQUIVALENTE A LA MEDIDA SECCION A INSTALAR SERA DE 3 mm².
- 3° LAS CAJAS SERÁN DE FIERRO GALVANIZADO DEL TIPO PESADO.
- 4° LOS TABLEROS DE DISTRIBUCIÓN ELÉCTRICA SERÁN PARA EXTERIORES DE CALIBRE METÁLICO CON INTERRUPTORES AUTOMÁTICOS TERMOMAGNÉTICOS SIN FUSIBLES.
- 5° LOS CIRCUITOS DE CONDUCTORES SERÁN NEUTRALES O SIMBALES A LOS DE LA SERIE MAGNÉTICO DE FIERRO.
- 6° LAS CAJAS SERÁN DE PVC RECTANGULARES 100x75 mm OCTOGONALES 100x100 mm CUADRADAS 100x100 mm.
- 7° LAS CAJAS QUE TENGA MÁS DE DOS TUBOS SE REEMPLAZARÁN POR CAJA CUADRADAS CON TAPA UN GAN CUADRADAS 100 x 100 mm.

ALTURAS REFERENCIALES DE INSTALACION DE SALIDAS



ESQUEMA UNIFILAR TABLERO T.D-701

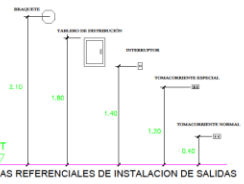
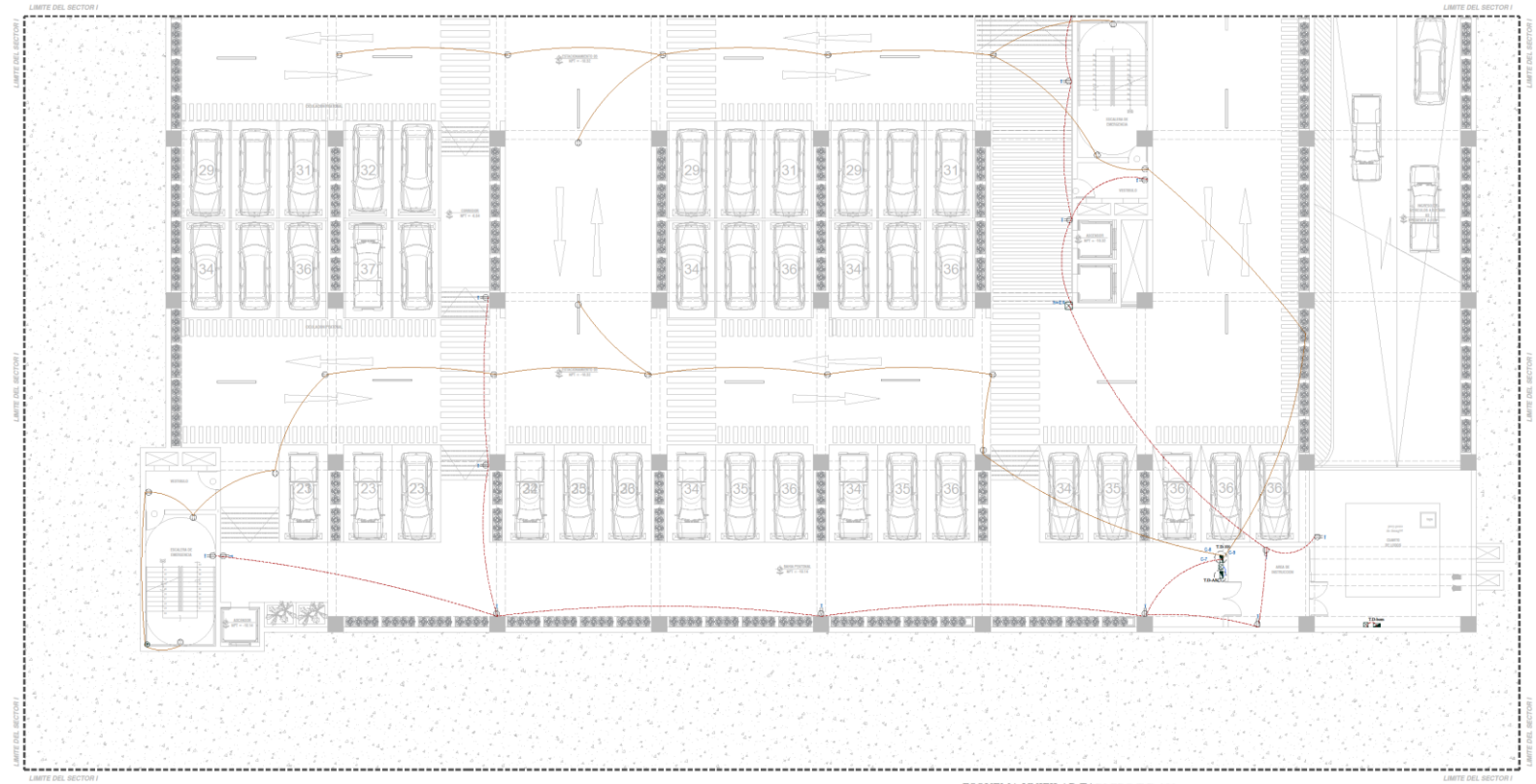


SECTOR II

PROYECTO DE INSTALACIONES ELÉCTRICAS
 PLANO DE ILUMINARIAS-CUARTO PISO
 ESC 1/75

TÍTULO DE PROYECTO: SECTOR II CENTRO GASTRONÓMICO CULTURAL		TÍTULO DE PROYECTO SUBCATEGORÍA: INSTALACIONES ELÉCTRICAS PLANO DE ILUMINARIAS	
UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO FACULTAD DE ARQUITECTURA ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA EN ARQUITECTURA		DEPARTAMENTO: LIMA PROVINCIA: LIMA DISTRITO: BARANCOCHA	
AUTOR: SECTOR II INGENIERO EN ELECTRÓNICA		PROYECTADO POR: ING. JORGE LUIS VERAVAL SOLÍS REVISADO POR: ING. JORGE LUIS VERAVAL SOLÍS APROBADO POR: ING. JORGE LUIS VERAVAL SOLÍS	
ESCALA: 1/75 FECHA: NOVIEMBRE 2020 PROYECTO: AD		IDENTIFICACIÓN: IE-14	

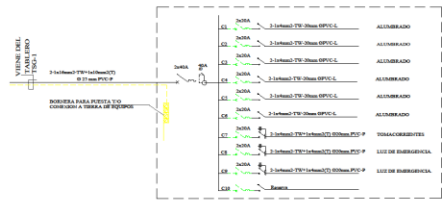
Planos de tomacorrientes – SECTOR 1



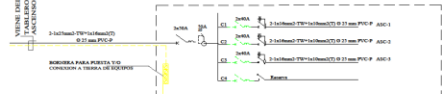
LEYENDA			
SIMBOLO	DESCRIPCION	ALTIMETRIA EN METROS	ESPECIAL
[Symbol]	BAJERA PARA ALINEAMIENTO EN EL TERRENO	---	OBT. TERRO
[Symbol]	BAJERA PARA ALINEAMIENTO EN LA PASADA (BARRIDETE)	1.50	OBT. TERRO
[Symbol]	PRESENCIA POR HUECO, CUBIERTA Y TUBO	1.40	MECANIC/INST.
[Symbol]	ASEPTICIDAD DE ALINEAMIENTO ADECUADO	---	---
[Symbol]	TOMACORRIENTE SIMPLE DOBLE CON TUBO A TIERRA	1.40	MEC/INST
[Symbol]	TOMACORRIENTE PUNTO APERTURA EN AGUA CON TUBO A TIERRA	1.30	MEC/INST
[Symbol]	TUBO DE PASADIZO CON TUBO CORONA	1.40	OBT. TERRO
[Symbol]	PLATA DE FONDO CONTORNADA DE DISTRIBUCION FALSO DISTRIBUCION	1.40	CUBIERTA TERRO
[Symbol]	TABLEROS DE DISTRIBUCION ELECTRICAS	---	ESPECIAL
[Symbol]	INTERRUPTOR AUTOMATICO TERNALCALADO	---	ESPECIAL
[Symbol]	INTERRUPTOR RESISTENCIAL	---	ESPECIAL
[Symbol]	POZO DE TUBO A TIERRA	---	---
[Symbol]	ALAMBRE EN CABLEADO EN TUBERIA ENTERRADA	---	---
[Symbol]	CABLEADO EN TUBERIA ENTERRADA SIN TUBERIA ENTERRADA	---	---
[Symbol]	CABLEADO EN TUBERIA ENTERRADA CON TUBERIA ENTERRADA	---	---
[Symbol]	CABLEADO EN TUBERIA ENTERRADA SIN TUBERIA ENTERRADA	---	---
[Symbol]	CABLEADO EN CABLEADO EN TUBERIA ENTERRADA	---	---
[Symbol]	ALAMBRE EN CABLEADO DE ARISES, TUBERIA ENTERRADA EN CABLEADO	---	---
[Symbol]	PUENTE METALICO	---	MEC/INST
[Symbol]	TOMACORRIENTE SIMPLE PARA LUGAR DE EMERGENCIAS	2.00	MEC/INST

ESPECIFICACIONES TECNICAS
 1. LA TUBERIA SEAL DE ELECTRO PRECION (PVC) SE VA A BARRIDAR.
 2. EL BARRIDADO SE HARÁ EN EL SECTOR.
 3. LOS CUBIERTOS HAN DE SER DE TUBO ENTERRADO CON UN ABRETOY P.V.
 4. SECCION EN 1:4. LA BAJERA SECCION A INSTALAR SEA DE 3" ó más.
 5. LA CUBIERTA DE FONDO CONTORNADA DE 1.40m PUNTO.
 6. LOS TABLEROS DE DISTRIBUCION ELECTRICAS SEAN PARA INDICAR EL CABLEADO EN LAS CUOTAS Y EN SU TIPOLOGIA AUTOMATICO.
 7. LOS INTERRUPTORES SEAN DE 20 AMP.
 8. LOS INTERRUPTORES AUTOMATICO SEAN RESISTENTE O SENSIBLE A LOS DE LA SERIE MAGNETIC DE TUBO.
 9. LAS CUBIERTAS DE PVC SE VÁN A BARRIDAR.
 10. LAS CUBIERTAS DE TUBO HAN DE SER DE 2" ó más EN LOS LUGARES DONDE SE REEMPLAZAN POR CADA CUBIERTA CON TAPA UN GAN. CUBIERTA: (10) x (10) cm.

ESQUEMA UNIFILAR TABLERO T.D-101



ESQUEMA UNIFILAR TABLERO T.D-ASC1



SECTOR I
 INSTALACIONES ELECTRICAS
 PLANO DE TOMACORRIENTES-BOTANO 03
 ESC 1/75

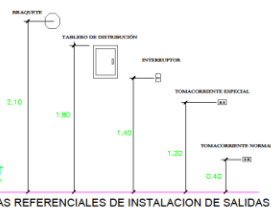
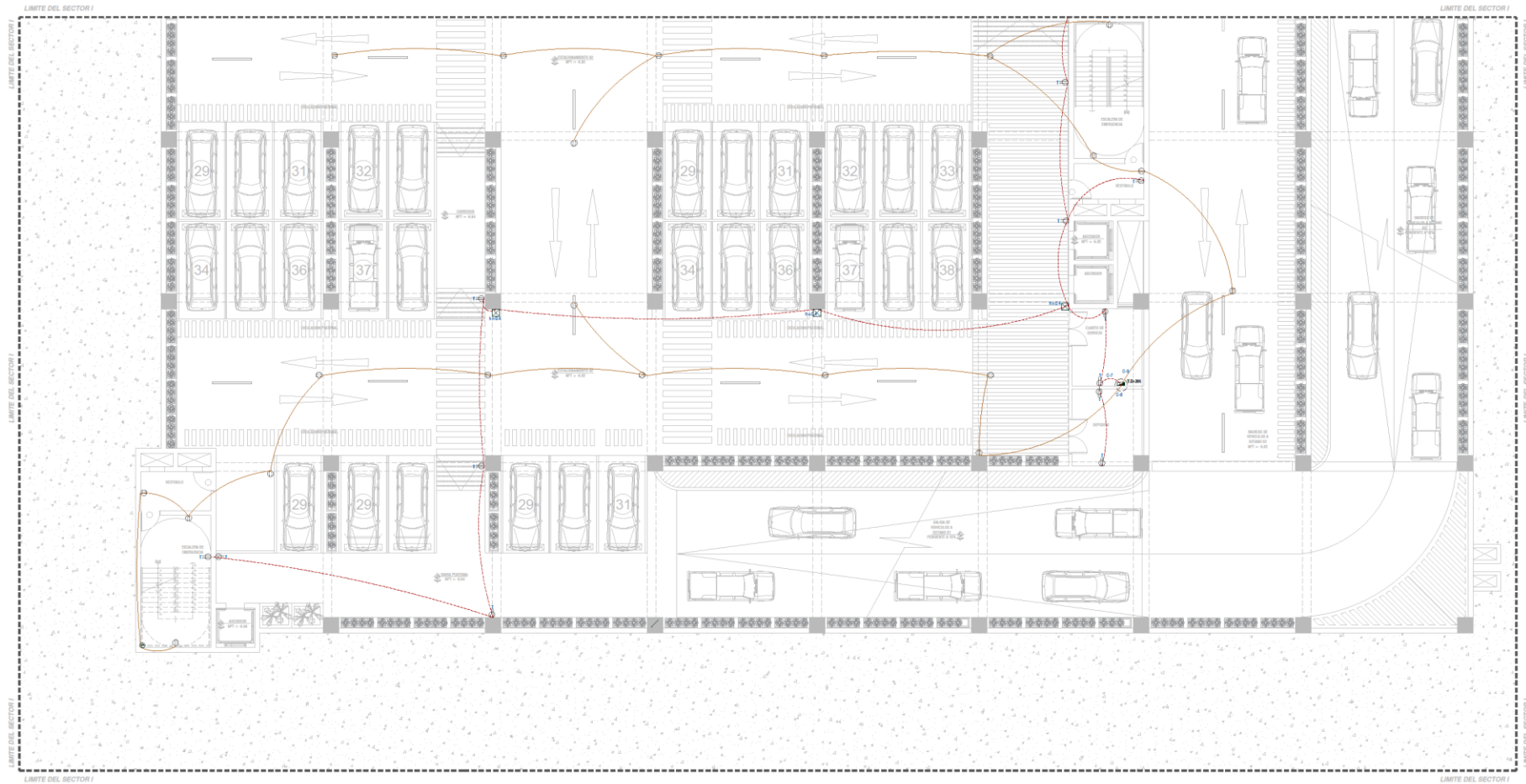
PROYECTO DE: **MERCADO DE ABASTECIMIENTO DISTRIBUIDOR DEL CENTRO DISTRIBUIDOR DE LA UNIDAD ADMINISTRATIVA ESPECIAL DE CUNDINAMARCA - CABA: MERCADO NRO 2, BARRANCO**

UNIVERSIDAD: **DESAR VALLEJO**
 CENTRO: **DISTRIBUIDOR DE LA UNIDAD ADMINISTRATIVA ESPECIAL DE CUNDINAMARCA - CABA: MERCADO NRO 2, BARRANCO**

FACULTAD DE: **INGENIERIA CIVIL**
 PROFESION: **INGENIERIA EN ELECTRICIDAD**

INTEGRANTES:
 NOMBRE: **ANDRES JOSE VARELA**
 NOMBRE: **ANDRES JOSE VARELA**

FECHA: **2022**
 FOLIO: **175**
 TITULO: **IE-01**



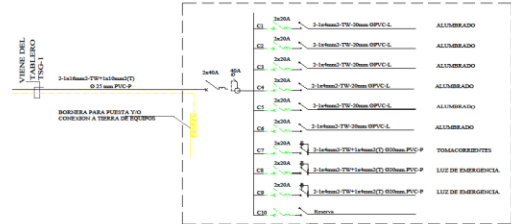
SECTOR I
 INSTALACIONES ELECTRICAS
 PLANO DE TOMACORRIENTES-SOTANO 02
 ESC 1/75

LEYENDA		
SIMBOLO	INDICACION	REFERENCIA
⊕	SAIDA PARA ALUMBRADO EN EL TECHO	OCT-100x40
⊕	SAIDA PARA ALUMBRADO EN LA PARED-BRAQUETO	OCT-100x40
⊕	INTERRUPTOR SIMPLI DOBLE Y TIPLE	BEVY 100x120mm
⊕	ARTIFICIO DE ALUMBRADO ADOSSADO	---
⊕	TOMACORRIENTE BINGULAR DOBLE CON TOMA A TIERRA	BEVY 100x120mm
⊕	TOMACORRIENTE PUNTO APERTURA EN AGUA CON TOMA A TIERRA	BEVY 100x120mm
⊕	CAJA DE PASEO CON TAPA CIEGA	OCT-100x40
⊕	CAJA DE PASEO CUADRADA DE 200x200mm SALVO INDICACION	7.80 CUAD-200x40
⊕	TABLERO DE DISTRIBUCION ELECTRICA	BEVY 100x120mm
⊕	INTERRUPTOR AUTOMATICO TERMOMAGNETICO	---
⊕	INTERRUPTOR DIFERENCIAL	ESPECIAL
⊕	PUNTO DE TOMA A TIERRA	---
⊕	ALIMENTADOR O CIRCUITO EN TUBERIA SUSPENDIDA DEL TECHO	---
⊕	ALIMENTADOR O CIRCUITO EN TUBERIA EMPOTRADO EN EL PISO	---
⊕	ALIMENTADOR O CIRCUITO DE ESCALERA ELECTRICA, TUBERIA SUSPENDIDA DEL SOLO	---
⊕	ALIMENTADOR O CIRCUITO DE ANCLONDO, TUBERIA SUSPENDIDA DEL SOLO	---
⊕	PORTE METALICO	---
⊕	TOMACORRIENTE SIMPLE PARA LUZ DE EMERGENCIA	3.80 BEVY 100x120mm

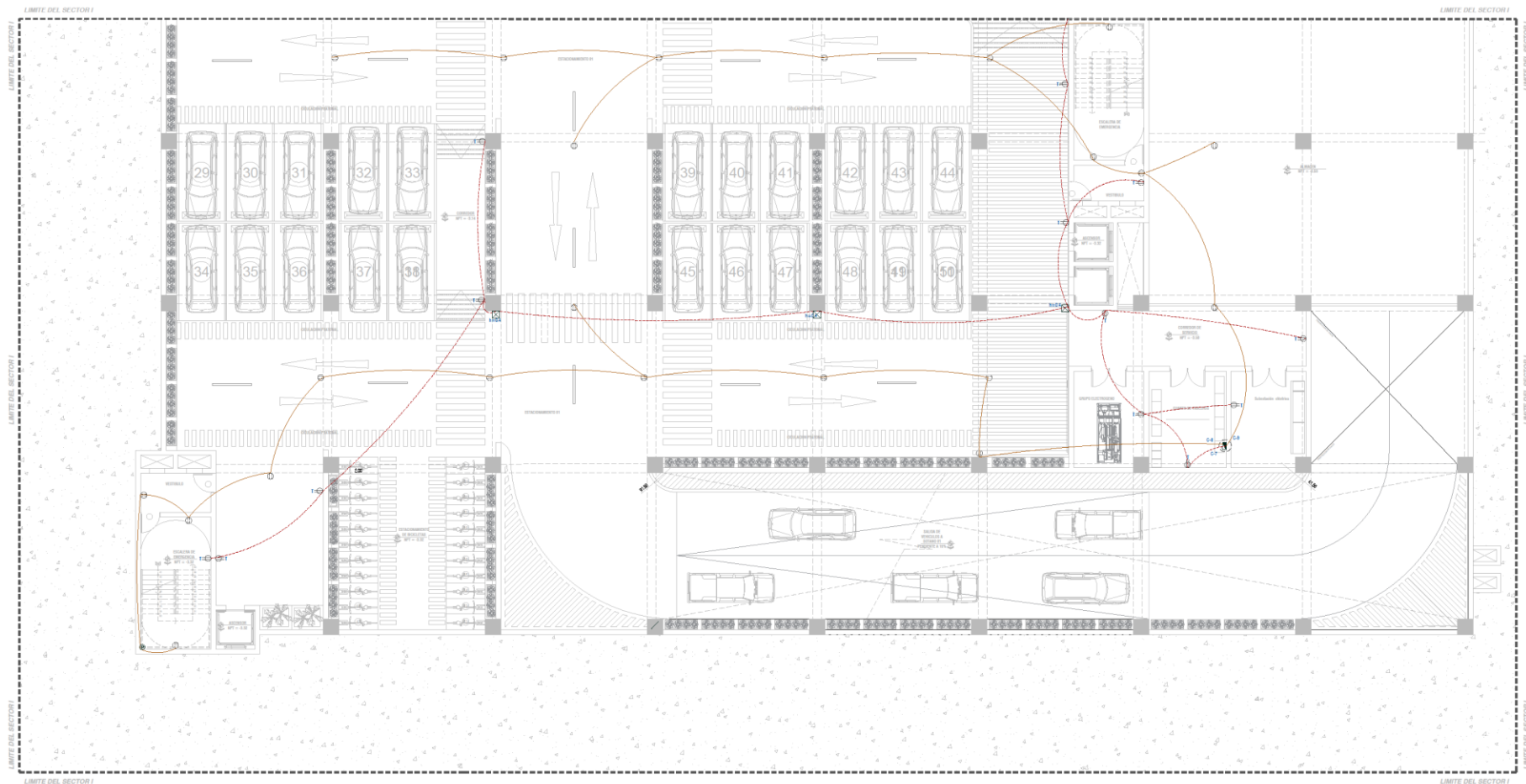
ESPECIFICACIONES TECNICAS

- 1° LAS TUBERIAS SERAN DE PLASTICO PESADO (PVC-P) SALVO BIDIACCION, SI LA RED SERA DE TIPO...
- 2° LOS CONDUCTORES SERAN DE COBRE ELECTROLITICO CON AISLAMIENTO TIV Y SERAN EN UNO (1) A MENOS SECCION A INSTALAR DE 2.5mm²
- 3° LAS CAJAS SERAN DE FIERRO GALVANIZADO DEL TIPO PESADO
- 4° LOS TABLEROS DE DISTRIBUCION ELECTRICA SERAN PARA EMPOTRAR EN GABINETES METALICOS CON INTERRUPTORES AUTOMATICOS TERMOMAGNETICOS DE FIBRILES
- 5° LOS ACCESORIOS DE CONEXION SERAN INDICALES O SIMILARES A LOS DE LA SERIE MAGIC DE TICO
- 6° LAS CAJAS SERAN DE PVC RECUBIERTAS DE UNACANTON
- 7° LAS CAJAS QUE TENDRAN MAS DE DOS TUBOS SE REEMPLAZARAN POR CAJA CUADRADA CON TAPA SIN GAN. CUADRADA 100 x 55 mm.

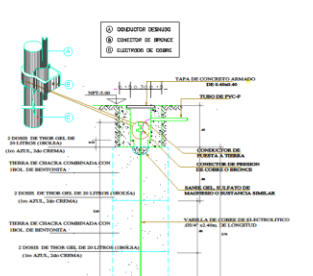
ESQUEMA UNIFILAR TABLERO T.D-201



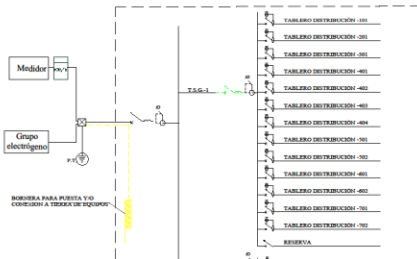
UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO FACULTAD DE ARQUITECTURA ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA	TITULO DE PROYECTO (DESCRIPCION):	MERCADO DE ABASTOS COMO DINAMIZADOR DEL TURISMO GASTRONOMICO EN LA LINEA METROPOLITANA 2019 CASO: MERCADO NRO 2, BARRANCO	
	TITULO DE PROYECTO (CATEGORIA):	CENTRO GASTRONOMICO CULTURAL	PROYECTO:
	DEPARTAMENTO:	LIMA	PROYECTO:
	DISTRITO:	BARRANCO	PROYECTO:
SECTOR I INSTALACIONES ELECTRICAS	PROYECTO:	INSTALACIONES ELECTRICAS	
	PROYECTO:	PLANO DE TOMACORRIENTES	
	PROYECTO:	SOTANO 02	
	PROYECTO:	AD	
FECHA:	1/75	PROYECTO:	IE-02



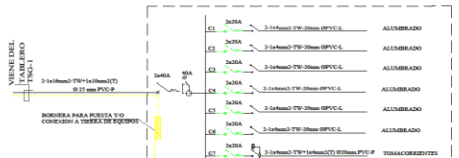
LEYENDA			
SÍMBOLO	INDICACION	ACTIVA DEL PLAN	TIPO DE CABLE
	SALETA PARA ALEMBRADO EN EL TECHO	---	OCT 10/16/1
	INTERFECTOR SIMPLE DOBLE Y TRIPLE	1.40	RECT 10/16/1/2/3
	INTERFECTOR DE ALEMBRADO ADOBLADO	---	---
	TOMACORRIENTE BIPOLAR DOBLE CON TOMA A TIERRA	0.40	RECT 10/16/1/2
	CELANA DE PISO CON TAPA CIELO	0.40/1.20	OCT 10/16/1
	CELANA DE PISO CON TAPA CIELO DE INDICADOR BALZO INDICACION	1.20	CELANA 10/16/1
	TABLERO DE INTERFECTOR EMERGENCIA	1.20	ESPECIAL
	INTERFECTOR AUTOMÁTICO TERMOELECTRÓNICO	---	---
	INTERFECTOR 2W	ESPECIAL	ESPECIAL
	INTERFECTOR DIFERENCIAL	---	---
	POZO DE TOMA A TIERRA	---	---
	ALBENTAFIX O CIRCUITO EN TUBERÍA SUSPENDIDA EN EL TECHO	---	---
	ALBENTAFIX O CIRCUITO EN TUBERÍA SUSPENDIDA EN EL TECHO CON INDICADOR BALZO INDICACION EN EL PISO	---	---
	ALBENTAFIX O CIRCUITO EN TUBERÍA SUSPENDIDA EN EL TECHO CON INTERFECTOR 2W EN EL PISO	---	---
	ALBENTAFIX O CIRCUITO EN TUBERÍA SUSPENDIDA EN EL TECHO CON INTERFECTOR 2W EN EL PISO CON TOMA A TIERRA EN EL PISO	---	---
	ALBENTAFIX O CIRCUITO EN TUBERÍA SUSPENDIDA EN EL TECHO CON INTERFECTOR 2W EN EL PISO CON TOMA A TIERRA EN EL PISO	2.00	RECT 10/16/1/2/3



ESQUEMA UNIFILAR TABLERO T.G

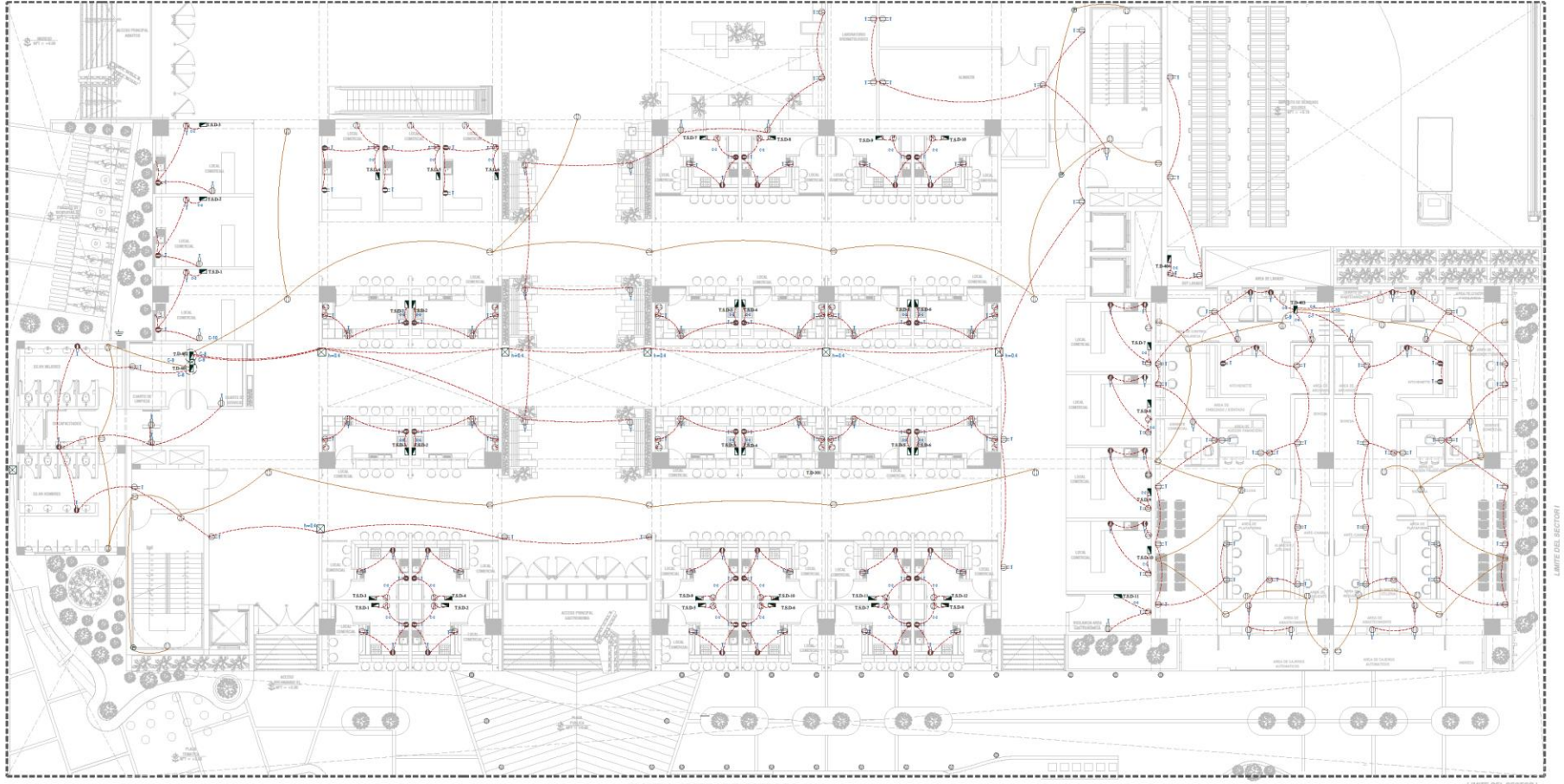


ESQUEMA UNIFILAR TABLERO T.D-301



SECTOR I
 INSTALACIONES ELECTRICAS
 PLANO DE TOMACORRIENTES-SOTANO 01
 ESC 1/75

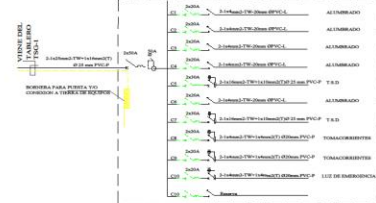
UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO		TÍTULO DE PROYECTO: MERCADO DE ABASTOS COMO DINAMIZADOR DEL TURISMO GASTRONÓMICO EN LIMA METROPOLITANA, S19 CABO MERCADO NRO 2, BARRANCO	
FACULTAD DE ARQUITECTURA		TÍTULO DE PROYECTO: CENTRO GASTRONÓMICO CULTURAL	
ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA		INSTALACIONES ELÉCTRICAS	
PROFESOR: DR. JOSE LUIS VERA BELLO		PLANO DE TOMACORRIENTES	
ALUMNO: DR. JOSE LUIS VERA BELLO		AUTOR: DR. JOSE LUIS VERA BELLO	
FECHA: 1/75		BOB DE LÁMINA: 175	
AÑO: 2020		PROYECTO: AD	
SECTOR I		IE-03	



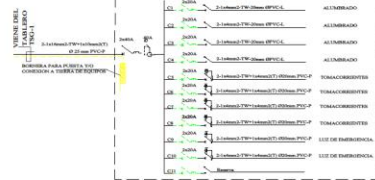
ESQUEMA UNIFILAR TABLERO T.D-401



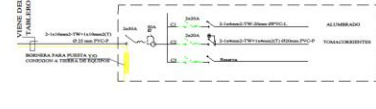
ESQUEMA UNIFILAR TABLERO T.D-402



ESQUEMA UNIFILAR TABLERO T.D-403



ESQUEMA UNIFILAR TABLERO T.S.D-LOCALES



LEYENDA			
SIMBOLO	DESCRIPCION	ALTURA EN (mm)	TIPO/CAN (mm)
○	SAIDA PARA ALAMBADO EN EL TECHO	2.00	OCT-100x40
○	SAIDA PARA ALAMBADO EN LA PARED (BACOSTE)	1.30	OCT-100x40
○	INTERRUPTOR SIMPLE, DOBLE Y TRIPLE	1.40	RECT-100x100/150
○	ARTIFICIARIO DE ALAMBADO ADONADO	1.40	RECT-100x100/150
○	TOMACORRIENTE SIMPLE AR DOBLE CON TOMA A TIERRA	0.40	RECT-100x100/150
○	TOMACORRIENTE PUNTO APERTURA DE AGUA CON TOMA A TIERRA	1.20	RECT-100x100/150
○	CAJA DE PAGO CON TAPA CIEGA	0.40 / 2.00	OCT-100x40
○	CAJA DE PAGO CLABRADA DE 200x200mm SAL VO DEDICACION	3.00	CUAD-100x40
○	TABLEROS DE DISTRIBUCION ELECTRICA	1.80	RECT-100x100/150
○	INTERRUPTOR AUTOMATICO TERMOMAGNETICO	---	ESPECIAL
○	MEASOR ANA	---	ESPECIAL
○	INTERRUPTOR DIFERENCIAL	---	---
○	POZO DE TOMA A TIERRA	---	---
○	ALIMENTADOR O CIRCUITO EN TUBERIA SUSPENDIDA EN EL TECHO	---	---
○	ALIMENTADOR O CIRCUITO EN TUBERIA EMPOTRADO EN EL TECHO	---	---
○	ALIMENTADOR O CIRCUITO EN TUBERIA EMPOTRADO EN LA PARED	---	---
○	ALIMENTADOR O CIRCUITO DE ANCLADOR, TUBERIA EMPOTRADO EN EL PISO	---	---
○	POZOS METALICOS	---	---
○	TOMACORRIENTE SIMPLE PARA LUG DE EMERGENCIA	2.00	RECT-100x100/150



SECTOR I

INSTALACIONES ELECTRICAS
PLANO DE TOMACORRIENTES-PRIMER PISO
ESC 1/75

MERCADO DE ABASTOS COMO DINAMIZADOR DEL TURISMO GASTRONOMICO EN UNA METROPOLITANA DE 1.9 MILLONES DE HABITANTES

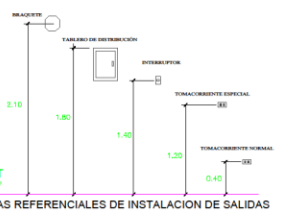
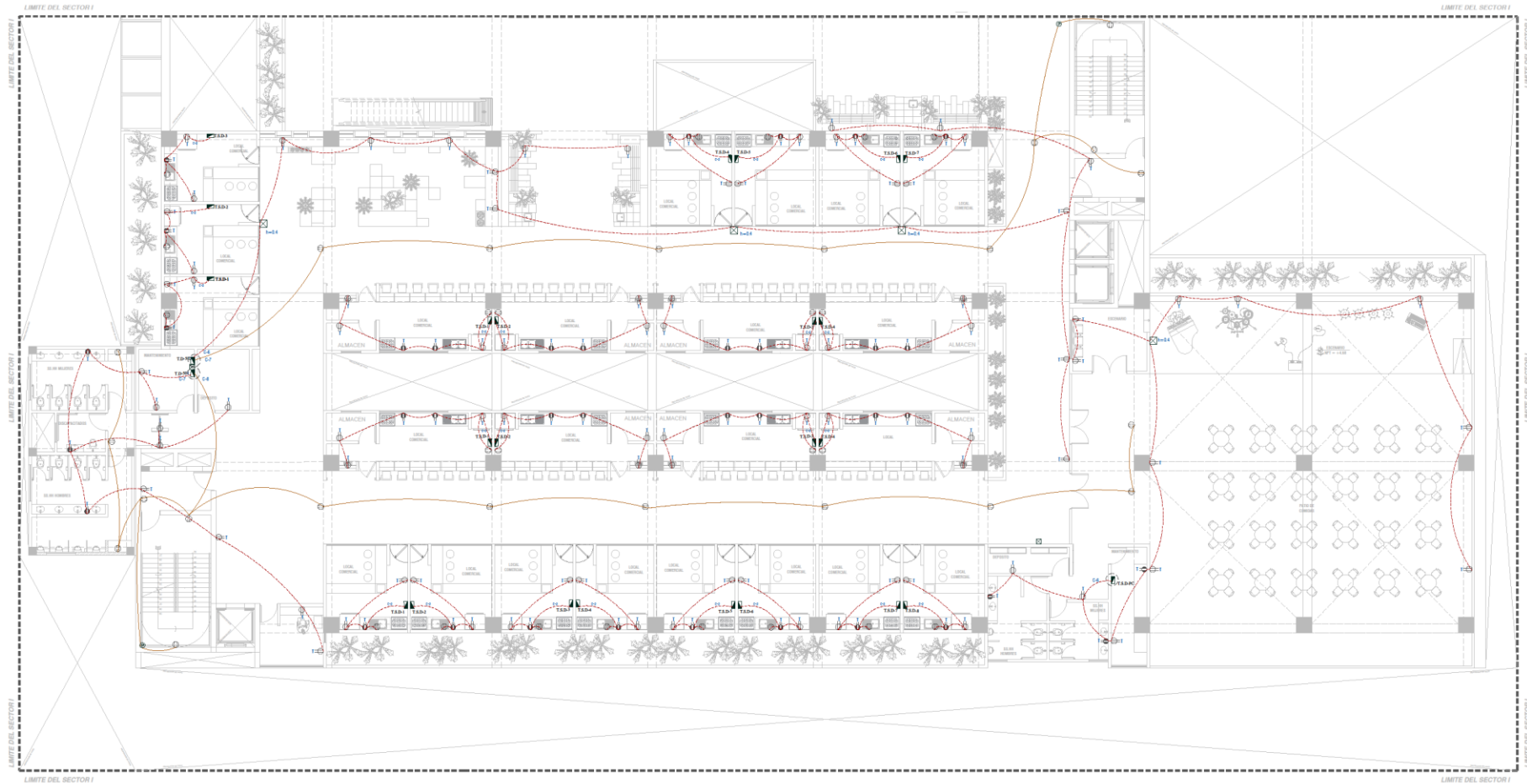
CENTRO GASTRONOMICO CULTURAL

INSTALACIONES ELECTRICAS

PLANO DE TOMACORRIENTES

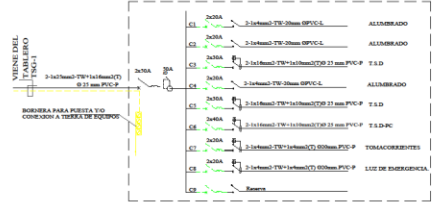
PRIMER PISO

IE-04

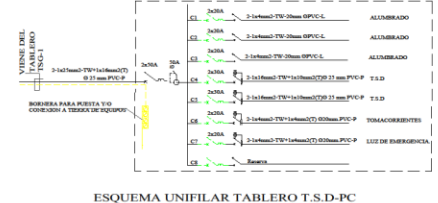


LEYENDA		
SIMBOLO	DESCRIPCION	TIPO/ESPECIFICACION
○	SALIDA PARA ALAMBRAO EN EL TECHO	3.00 OCT-100/40
○	SALIDA PARA ALAMBRAO EN LA PARED (BRAQUETE)	3.00 OCT-100/40
⊕	INTERRUPTOR SIMPLE, DOBLE Y TRIPLE	1.40 REC-100/10/20
⊕	ARTIFACTO DE ALAMBRAO ADONADO	---
⊕	TOMACORRIENTE SIMPLE DOBLE CON TOMA A TIERRA	0.40 100/15/10
⊕	TOMACORRIENTE PUNTO APERTURA DE AGUA CON TOMA A TIERRA	1.20 100/15/10
⊕	CAJA DE PASEO CON TAPA CIEGA	0.40/1.20 OCT-100/40
⊕	CAJA DE PASEO CUBIERTA DE 300/300mm SALVO INDICACION	3.00 CUB-300/300
⊕	TABLEROS DE DISTRIBUCION ELECTRICA	1.20 ESPECIAL
⊕	INTERRUPTOR AUTOMATICO TOMACORRIENTE	---
⊕	NEODOR KNS	---
⊕	INTERRUPTOR DIFERENCIAL	---
⊕	POZO DE TOMA A TIERRA	---
⊕	ALAMBRAO O CUBIERTO EN TUBERIA SUSPENDIDA EN EL TECHO	---
⊕	ALAMBRAO O CUBIERTO EN TUBERIA EMPORCADO EN EL TECHO	---
⊕	ALAMBRAO O CUBIERTO EN TUBERIA EMPORCADO EN EL PISO	---
⊕	ALAMBRAO O CUBIERTO EN TUBERIA SUSPENDIDA EN EL PISO	---
⊕	ALAMBRAO O CUBIERTO POR ANCLON, TUBERIA EMPORCADO EN EL PISO	---
⊕	POZO METEORICO	---
⊕	TOMACORRIENTE SIMPLE PARA LUZ DE EMERGENCIA	3.00 REC-100/15/10mm

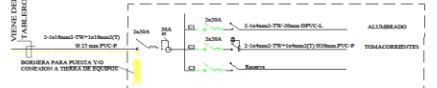
ESQUEMA UNIFILAR TABLERO T.D-501



ESQUEMA UNIFILAR TABLERO T.D-502



ESQUEMA UNIFILAR TABLERO T.S.D-LOCALES



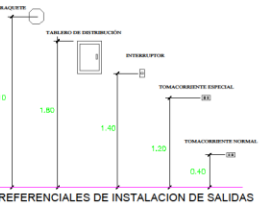
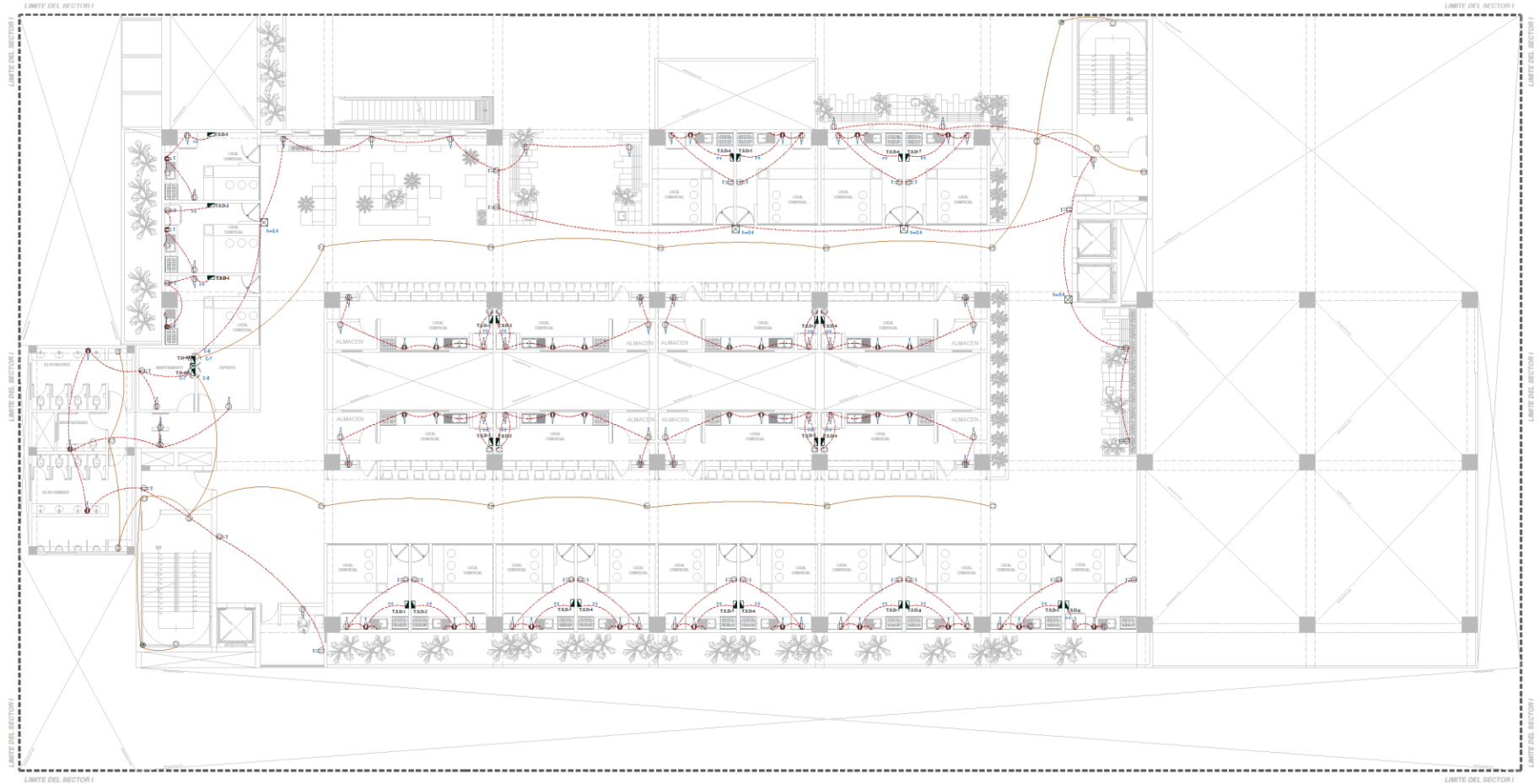
ESQUEMA UNIFILAR TABLERO T.S.D-PC



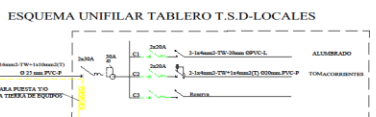
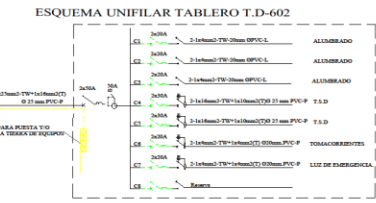
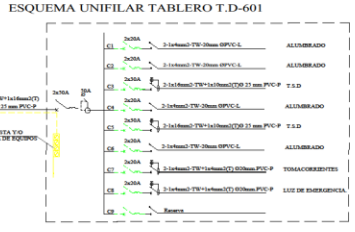
SECTOR I

PROYECTO DE ELECTRICAS
PLANO DE TOMACORRIENTES-SEGUNDO PISO
ESC 1/75

UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO FACULTAD DE ARQUITECTURA ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA	TITULO DE PROYECTO: MERCADO DE ABASTOS COMO DINAMIZADOR DEL TURISMO GASTRONOMICO EN LIMA METROPOLITANA, S.S.19 CABO MERCADO NRO 2, BARRANCO	TITULO DE PROYECTO: INSTALACIONES ELECTRICAS
	DEPARTAMENTO: LIMA DISTRITO: BARRANCO	PLAN DE TOMACORRIENTES SEGUNDO PISO
AUTOR: JOSE LUIS VESPAZ POLO	FECHA: 1/75	IDENTIFICACION: IE-05
PROYECTO: AD		

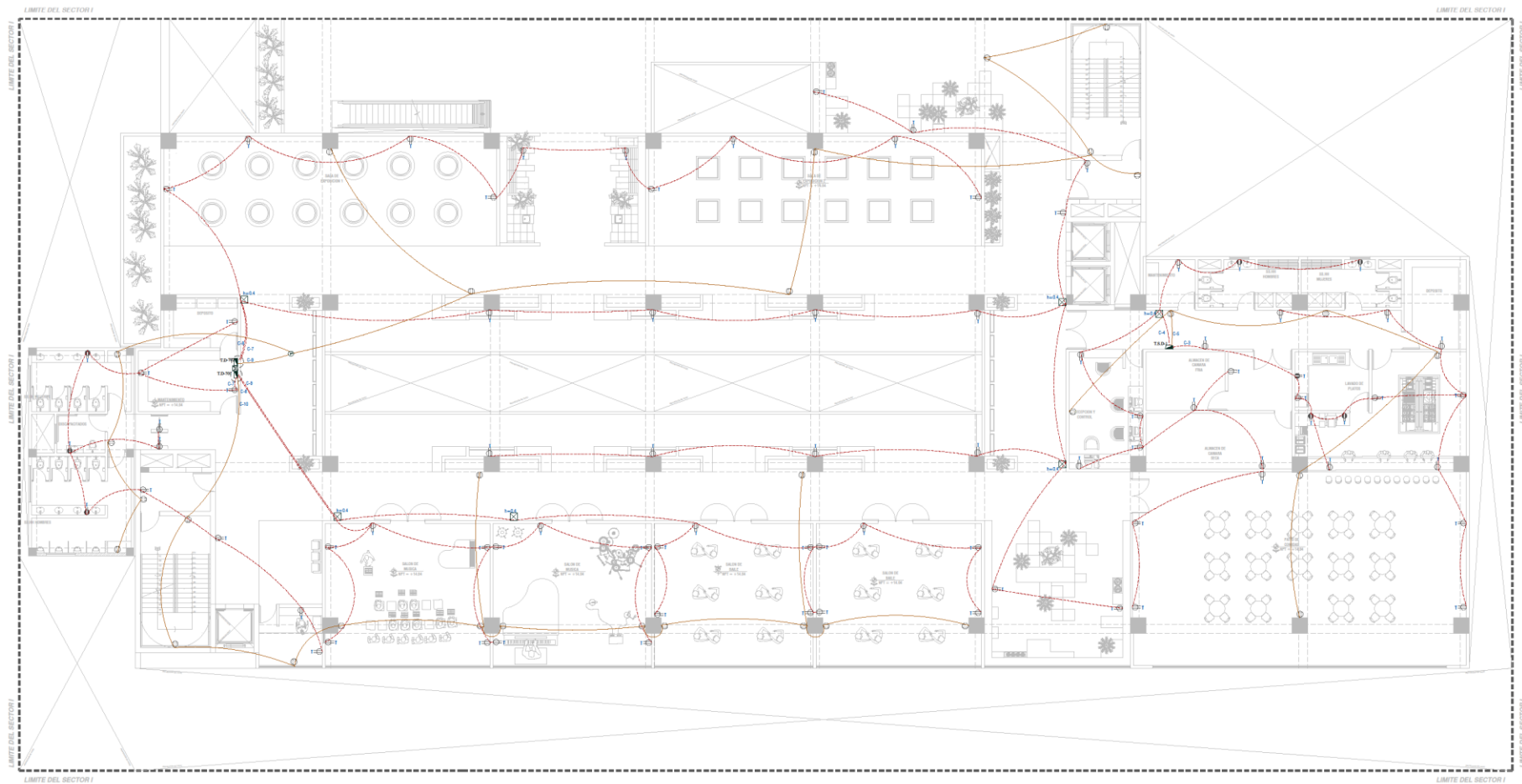


LEYENDA			
SIMBOLO	DESCRIPCION	ALTURA (en metros)	TIPO DE CABLE
○	SAIDA PARA ALAMBADO EN EL TECHO	3.00	OCT-100x40
○	SAIDA PARA ALAMBADO EN LA PARED (BACOSTE)	3.00	OCT-100x40
⚡	INTERRUPTOR SIMPLE, DOBLE Y TRIPLE	1.40	REC-100x100x40
⚡	ARTERFACTO DE ALAMBADO ADOSADO	---	---
⚡	TOMACORRIENTE SIMPLE AR DOBLE CON TOMA A TIERRA	0.40	REC-100x100x40
⚡	TOMACORRIENTE PUNTO APRIERA DE AGUA CON TOMA A TIERRA	1.20	REC-100x100x40
⚡	CAJA DE PAGO CON TAPA CIEGA	0.40 / 2.00	OCT-100x40
⚡	CAJA DE PAGO CLABRADA DE 200x200mm SALVO DEDICACION	3.00	CIAD-100x40
⚡	TABLEROS DE DISTRIBUCION ELECTRICA	1.20	REC-100x100x40
⚡	INTERRUPTOR AUTOMATICO TERMOMAGNETICO	---	---
⚡	MEDIDOR ANA	ESPECIAL	ESPECIAL
⚡	INTERRUPTOR DIFERENCIAL	ESPECIAL	ESPECIAL
⚡	POZO DE TOMA A TIERRA	---	---
⚡	ALIMENTADOR O CIRCUITO EN TUBERIA SUSPENDIDA EN EL TECHO	---	---
⚡	ALIMENTADOR O CIRCUITO EN TUBERIA EMPOTRADA EN EL TECHO	---	---
⚡	ALIMENTADOR O CIRCUITO EN TUBERIA EMPOTRADA EN EL PISO	---	---
⚡	ALIMENTADOR O CIRCUITO EN CANALERA ELECTRICA, TUBERIA SUSPENDIDA EN EL TECHO	---	---
⚡	ALIMENTADOR O CIRCUITO DE ANCORON, TUBERIA EMPOTRADO EN EL PISO	---	---
⚡	FORO METALICO	---	---
⚡	TOMACORRIENTE SIMPLE PARA LUZ DE EMERGENCIA	2.00	REC-100x100x40



SECTOR I
 PROYECTO DE ELECTRICAS
 PLANO DE TOMACORRIENTES-TERCER PISO
 ESC 1/75

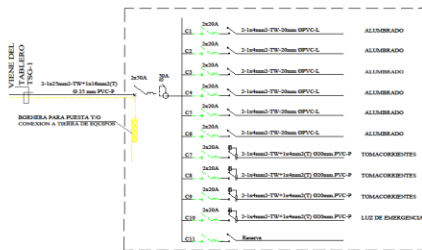
UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO FACULTAD DE ARQUITECTURA ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA	TITULO DE PROYECTO: MERCADO DE ABASTOS COMO DINAMIZADOR DEL TURISMO GASTRONOMICO EN UNA METROPOLITANA DEL CARI MAREADO NRO 3, BARRANCO	TITULO DE PROYECTO: CENTRO GASTRONOMICO CULTURAL	TITULO DE PROYECTO: INSTALACIONES ELECTRICAS	
	DEPARTAMENTO: LIMA PROVINCIAS: LIMA DISTRITO: BARRANCO	TERCER PISO	PLANO DE TOMACORRIENTES	TERCER PISO
	AUTOR: JOSUE LUIS VEGAL POLO	ESCALA: 1/75	FECHA: NOVIEMBRE 2020	PROYECTO: AD
		SECTOR I	IE-06	



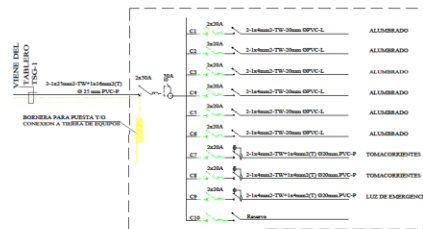
ALTURAS REFERENCIALES DE INSTALACION DE SALIDAS

LEYENDA			
SIMBOLO	DESCRIPCION	ALTIMETRIA (en metros)	TIPO DE CABLE
○	SALIDA PARA ALAMBADO EN EL TECHO	3.00	OCT-100x40
○	SALIDA PARA ALAMBADO EN LA PARED (BACOSTE)	3.00	OCT-100x40
⚡	INTERRUPTOR: SIMPLE, DOBLE Y TRIPLE	1.40	REC-100x100mm
—	ARTERFACTO DE ALAMBADO ADOSADO	—	—
⊕	TOMACORRIENTE SIMPLE AR DOBLE CON TOMA A TIERRA	0.40	REC-100x100mm
⊕	TOMACORRIENTE PUNTO APAREJA DE AGUA CON TOMA A TIERRA	1.20	REC-100x100mm
⊕	CASA DE PADO CON TAPA CIEGA	0.40 / 2.20	OCT-100x40
⊕	CASA DE PADO CLABRADA DE 200x200mm SALVO DEDICACION	3.00	CUAD-100x40
⊕	TABLERO DE DISTRIBUCION ELECTRICA	1.20	REC-100x100mm
⊕	INTERRUPTOR AUTOMATICO TERMOMAGNETICO	—	—
⊕	INTERRUPTOR DIFERENCIAL	ESPECIAL	—
⊕	POZO DE TOMA A TIERRA	—	—
—	ALIMENTADOR O CIRCUITO EN TUBERIA SUSPENDIDA EN EL TECHO	—	—
—	ALIMENTADOR O CIRCUITO EN TUBERIA EMPOTRADO EN EL TECHO	—	—
—	ALIMENTADOR O CIRCUITO EN TUBERIA EMPOTRADO EN EL PISO	—	—
—	ALIMENTADOR O CIRCUITO EN CABLEGUA ELECTRICA, TUBERIA SUSPENDIDA EN EL PISO	—	—
—	ALIMENTADOR O CIRCUITO DE ANCIOSOR, TUBERIA EMPOTRADO EN EL PISO	—	—
⊕	POSO METALICO	—	—
⊕	TOMACORRIENTE SIMPLE PARA LUZ DE EMERGENCIA	2.00	REC-100x100mm

ESQUEMA UNIFILAR TABLERO T.D-701



ESQUEMA UNIFILAR TABLERO T.D-702



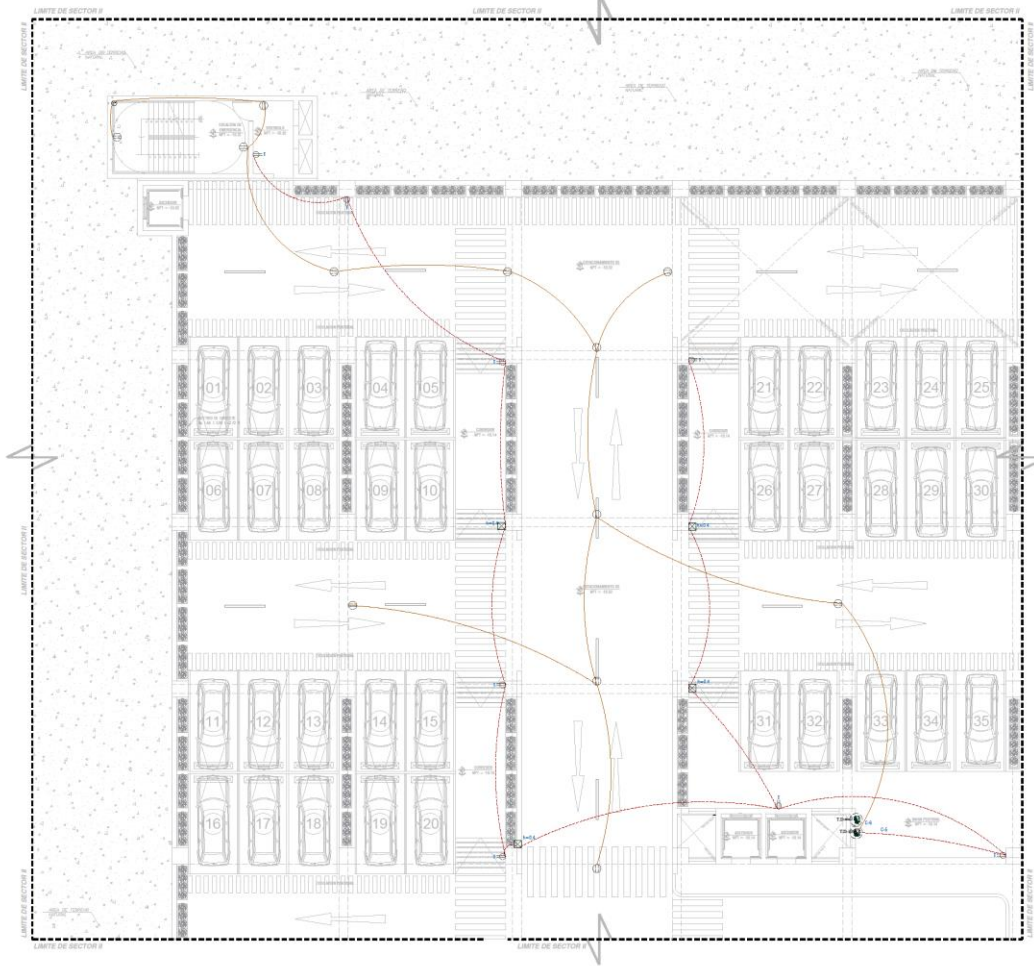
SECTOR I

PROYECTO DE ELECTRICAS
PLANO DE TOMACORRIENTES-CUARTO PISO
ESC 1/75

UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO FACULTAD DE ARQUITECTURA ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA	TITULO DE PROYECTO: MERCADO DE ABASTOS COMO DINAMIZADOR DEL TURISMO GASTRONOMICO EN UNA METROPOLITANA SIN CARI MORGADO NRO 2, BARRANCO	TITULO DE PROYECTO SUBCATEGORIA: INSTALACIONES ELECTRICAS
	UNIVERSIDAD: LIMA LIMA	PROYECTO: PLANO DE TOMACORRIENTES
	DEPARTAMENTO: LIMA LIMA	PROYECTO: CUARTO PISO
	DISTRITO: BARRANCO	PROYECTO: CUARTO PISO
SECTOR I BARRANCO	PROYECTO: PROYECTO DE ABASTOS COMO DINAMIZADOR DEL TURISMO GASTRONOMICO EN UNA METROPOLITANA SIN CARI MORGADO NRO 2, BARRANCO	PROYECTO: INSTALACIONES ELECTRICAS
	PROYECTO: CUARTO PISO	PROYECTO: PLANO DE TOMACORRIENTES
	PROYECTO: CUARTO PISO	PROYECTO: CUARTO PISO
	PROYECTO: CUARTO PISO	PROYECTO: CUARTO PISO
FECHA: 1/75	FECHA: 2020	FECHA: 2020
PROYECTO: AD	PROYECTO: AD	PROYECTO: AD

IE-07

Planos de tomacorrientes – SECTOR 2



LEYENDA			
SIMBOL	DESCRIPCION	ALTA REFERENCIAL (en metros)	NOTAS
○	SAIDA PARA ALUMBRADO EN EL TEJADO	—	OCT 03mm
○	SAIDA PARA ALUMBRADO EN LA PARED DRACONEX	2.00	OCT 03mm
⊕	INTERRUPTOR SIMPLE, Doble y Simple	1.40	INT 03mm
⊕	INTERRUPTOR DE ALIMENTACION CORRIENTE	—	—
⊕	TOMACORRIENTE SENCILLO EN PARED CON TUBO A TUBO	1.40	BCTC 03mm
⊕	TOMACORRIENTE PUNTO ANGULAR DE ACIA CON TUBO A TUBO	1.20	BCTC 03mm
⊕	CAJA DE PANDERO PARA CUBA	0.60/1.20	OCT 03mm
⊕	CAJA DE PANDERO PARA DE TRACCIONADO Y ALTO ENERGIACION	2.00	COAD 03mm
⊕	TRANSFORMADOR FISIOMORFO CON TRACCION	1.00	TRF 03mm
⊕	INTERRUPTOR AUTOMATICO TERMOMAGNETICO	—	—
⊕	INTERRUPTOR DIFERENCIAL	ESPECIAL	ESPECIAL
⊕	PROTECTOR TIERRA A TIERRA	—	—
⊕	ALIMENTACION O CONECTOR EN TUBERIA ALIMENTADA	—	—
⊕	ALIMENTACION O CONECTOR EN TUBERIA ALIMENTADA EN TUBERIA PARED	—	—
⊕	ALIMENTACION O CONECTOR EN TUBERIA ALIMENTADA EN EL TEJADO	—	—
⊕	ALIMENTACION O CONECTOR EN TUBERIA ALIMENTADA EN EL PISO	—	—
⊕	ALIMENTACION O CONECTOR EN TUBERIA ALIMENTADA EN EL TEJADO	—	—
⊕	ALIMENTACION O CONECTOR EN TUBERIA ALIMENTADA EN EL PISO	—	—
⊕	PUNTO DE MANTENIMIENTO	—	—
⊕	TOMACORRIENTE SENCILLO PARA LUZ DE EMERGENCIA	2.00	BCTC 03mm

ESPECIFICACIONES TECNICAS

1. LA TUBERIA PARA SALIDAS DE ALIMENTACION Y PUNTO DE SALIDA DE SALIDAS DE ALIMENTACION SE DEBE DE SER DE 15 mm y 10 mm respectivamente.

2. EL CABLEADO DEBE SER DE CABLE ELECTROLITICO CON AISLAMIENTO PVC Y DEBE SER EN LA MISMA DIRECCION A DISTANCIA DE 100 mm.

3. LAS SALIDAS DE ALIMENTACION Y SALIDAS DE SALIDAS DE ALIMENTACION DEBE SER EN LA MISMA DIRECCION Y EN LA MISMA ALTURA.

4. LAS SALIDAS DE ALIMENTACION Y SALIDAS DE SALIDAS DE ALIMENTACION DEBE SER EN LA MISMA DIRECCION Y EN LA MISMA ALTURA.

5. LAS SALIDAS DE ALIMENTACION Y SALIDAS DE SALIDAS DE ALIMENTACION DEBE SER EN LA MISMA DIRECCION Y EN LA MISMA ALTURA.

6. LAS SALIDAS DE ALIMENTACION Y SALIDAS DE SALIDAS DE ALIMENTACION DEBE SER EN LA MISMA DIRECCION Y EN LA MISMA ALTURA.

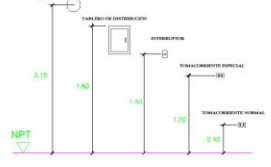
7. LAS SALIDAS DE ALIMENTACION Y SALIDAS DE SALIDAS DE ALIMENTACION DEBE SER EN LA MISMA DIRECCION Y EN LA MISMA ALTURA.

8. LAS SALIDAS DE ALIMENTACION Y SALIDAS DE SALIDAS DE ALIMENTACION DEBE SER EN LA MISMA DIRECCION Y EN LA MISMA ALTURA.

9. LAS SALIDAS DE ALIMENTACION Y SALIDAS DE SALIDAS DE ALIMENTACION DEBE SER EN LA MISMA DIRECCION Y EN LA MISMA ALTURA.

10. LAS SALIDAS DE ALIMENTACION Y SALIDAS DE SALIDAS DE ALIMENTACION DEBE SER EN LA MISMA DIRECCION Y EN LA MISMA ALTURA.

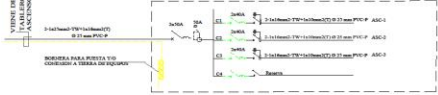
ALTURAS REFERENCIALES DE INSTALACION DE SALIDAS



ESQUEMA UNIFILAR TABLERO T.D-101



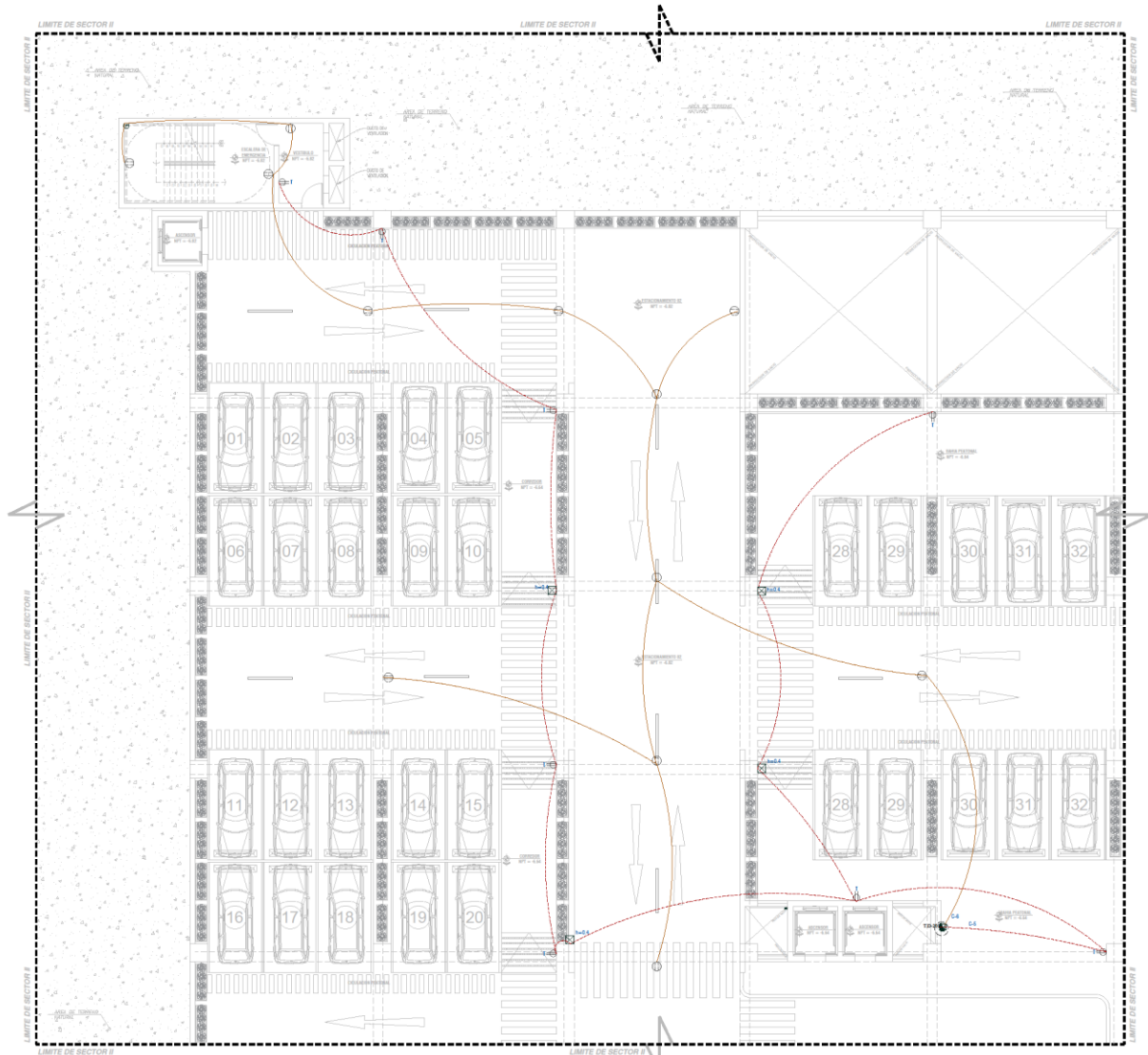
ESQUEMA UNIFILAR TABLERO T.D-ASC



SECTOR II INSTITUCION TECNICA UNIVAL		
NOMBRE DEL PROYECTO: UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO	NOMBRE DEL PROYECTO: CENTRO BASTIENDEZ DIA TURMAL	NOMBRE DEL PROYECTO: INSTALACIONES ELECTRICAS
NOMBRE DEL CLIENTE: FACULTAD DE ADMINISTRACION PROFESIONAL DE INGENIERIA ELECTROTECNICA	NOMBRE DEL CLIENTE: UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO	NOMBRE DEL CLIENTE: PLANO DE TOMACORRIENTES
NOMBRE DEL PROYECTO: PROYECTO DE INGENIERIA ELECTROTECNICA	NOMBRE DEL PROYECTO: UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO	NOMBRE DEL PROYECTO: PLANO DE TOMACORRIENTES
NOMBRE DEL PROYECTO: UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO	NOMBRE DEL PROYECTO: UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO	NOMBRE DEL PROYECTO: PLANO DE TOMACORRIENTES
NOMBRE DEL PROYECTO: UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO	NOMBRE DEL PROYECTO: UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO	NOMBRE DEL PROYECTO: PLANO DE TOMACORRIENTES
NOMBRE DEL PROYECTO: UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO	NOMBRE DEL PROYECTO: UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO	NOMBRE DEL PROYECTO: PLANO DE TOMACORRIENTES
NOMBRE DEL PROYECTO: UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO	NOMBRE DEL PROYECTO: UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO	NOMBRE DEL PROYECTO: PLANO DE TOMACORRIENTES
NOMBRE DEL PROYECTO: UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO	NOMBRE DEL PROYECTO: UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO	NOMBRE DEL PROYECTO: PLANO DE TOMACORRIENTES

SECTOR II

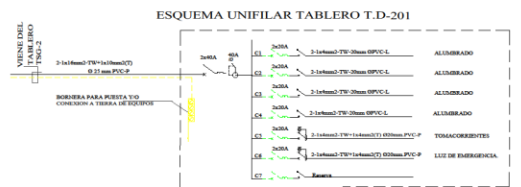
INSTALACIONES ELECTRICAS
PLANO DE TOMACORRIENTES-SOTANO 02
ESC 1/75



LEYENDA			
SIMBOLO	DESCRIPCION	ALTEZA (en cm)	TIPO DE CABLE
⊕	SALETA PARA ALEMBRADO EN EL TECHO	---	OCT-100x40
⊕	SALETA PARA ALEMBRADO EN LA PARED (BRAQUETE)	3.00	OCT-100x40
⊕	INTERRUPTOR SIMPLE, DOBLE Y TRIPLE	1.40	REC-100x150mm
⊕	ARTIFACTO DE ALEMBRADO ADORNADO	---	---
⊕	TOMACORRIENTE SIMPLE PARA LUZ DE EMERGENCIA	0.40	REC-100x150mm
⊕	TOMACORRIENTE SIMPLE PARA LUZ DE EMERGENCIA	2.40	REC-100x150mm

ESPECIFICACIONES TECNICAS

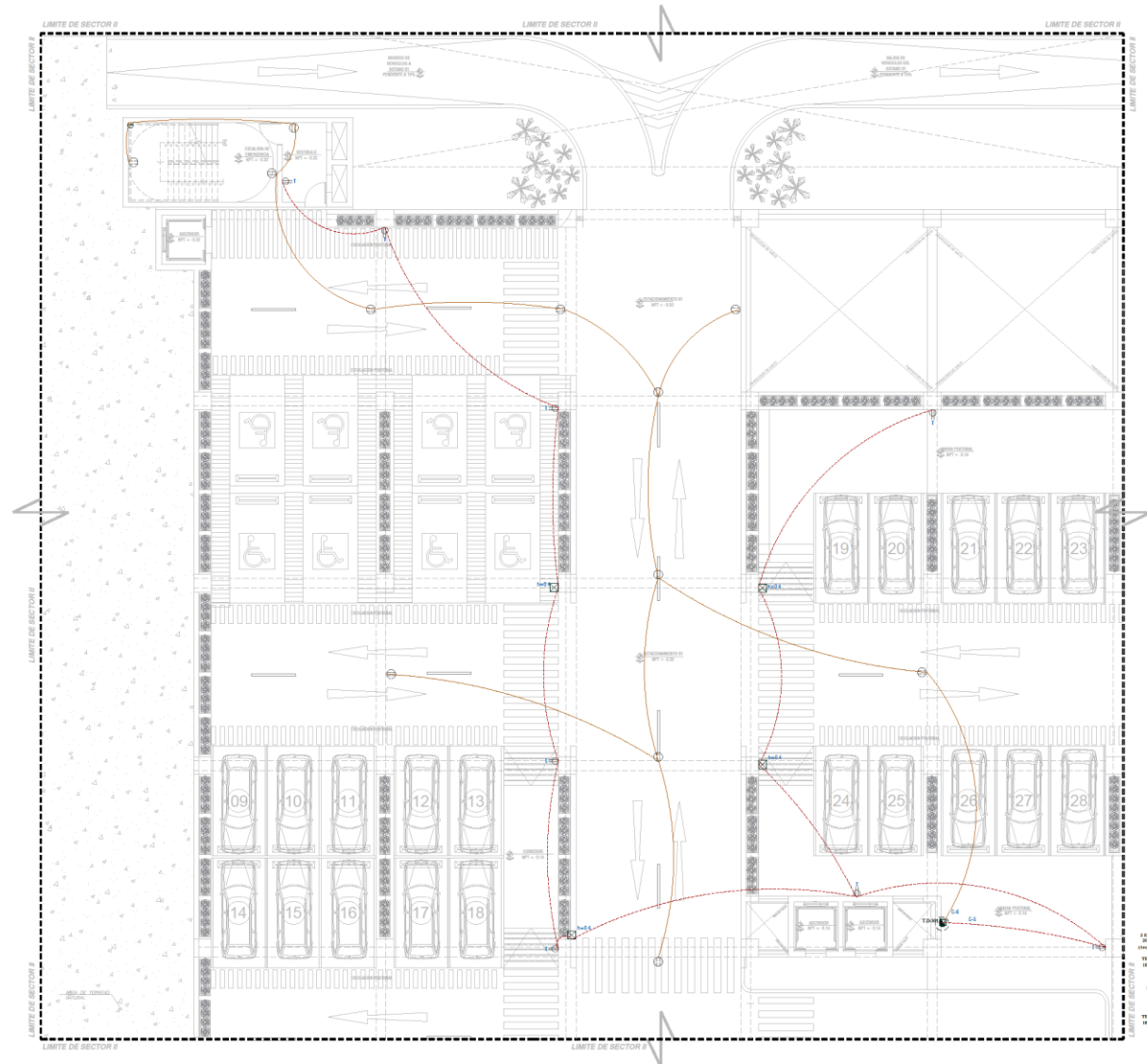
- 1° LAS TUBERIAS DE CONDUCCION DEBEN SER DE PVC O SALVO DEDICACION, EL DESEMPEÑO MEDIANTE SERA DE 1.50m.
- 2° LAS CONDUCCIONES DEBEN SER DE 1.50m. EL TIPO DE TUBERIA DEBE SER DE ALMBRADO TW Y SECCION EN mm. LA MISMA SECCION A INSTALAR SERA DE 2.5mm.
- 3° LAS CAJAS DE SALIDA DE FIBRO DEBEN TENER UN TIPO DE TUBERIA.
- 4° LOS TABLEROS DE DISTRIBUCION ELECTRICA DEBEN SER PARA EMERGENCIA DE CABLES METALICO CON INTERRUPTORES AUTOMATICOS TERMO-MAGNETICOS SIN FUSIBLES.
- 5° LOS ACCESORIOS DE CONEXION DEBEN SER DE ALMBRADO O SIMILARES A LOS DE LA SERIE SAGEE DE FIBRO.
- 6° LAS CAJAS DE SALIDA DE PVC DEBEN SER DE 100x150mm.
- 7° LAS CAJAS QUE TENGAN MAS DE DOS TIPOS DE REEMPLAZAR POR CAJA CUADRADA CON TAPA DE 60x60 CUADRADA 100 x 11 mm.



UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO	TITULO DE PROYECTO (CATEGORIA):	PROYECTO:
	FACULTAD DE ARQUITECTURA	MERCADO DE ABASTOS COMO DINAMIZADOR DEL TURISMO GASTRONOMICO EN LA LINEA METROPOLITANA, EJ 9 CABO MERCADO NRO 2, BARRANCO
ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA	DEPARTAMENTO:	LINEA:
	PROFESOR:	BARBARA SOTANO 02
SECTOR II	FECHA:	1/75
	PROYECTO:	AD

SECTOR II

INSTALACIONES ELECTRICAS
 PLANO DE TOMACORRIENTES-SOTANO 01
 ESC 1/75



LEYENDA			
SIMBOLO	DESCRIPCION	ALTIMETRIA (m sobre NPT)	TIPO DE CABLE
⊕	SALETA PARA ALUMBRADO EN EL TECTO	3.00	OCT 10x60mm
⊕	SALETA PARA ALUMBRADO EN LA PARED (BRUJETE)	---	REC 10x10x40
⊕	INTERRUPTOR SIMPLE, DOBLE Y TRIPLE	1.40	REC 10x10x75mm
⊕	ARTIFACTO DE ALUMBRADO ADOSADO	---	---
⊕	TOMACORRIENTE SIMPLE EN PARED CON TAPA A TIERRA	0.80	REC 10x10x75mm
⊕	TOMACORRIENTE SIMPLE EN PARED DE AGUA CON TAPA A TIERRA	1.30	REC 10x10x75mm
⊕	CAJA DE PARED CON TAPA CEREA	0.40/1.30	OCT 10x40mm
⊕	CAJA DE PARED CUADRADA DE INSULACION SALVO INDICACION	3.00	OCT 10x40mm
⊕	TALERO DE DISTRIBUCION ELECTRICA	1.40	REC 10x10x75mm
⊕	INTERRUPTOR AUTOMATICO TERMO-MAGNETICO	---	ESPECIAL
⊕	INTERRUPTOR AUTOMATICO TERMO-MAGNETICO	---	---
⊕	MEDIDOR kWh	---	ESPECIAL
⊕	INTERRUPTOR DIFERENCIAL	---	---
⊕	MONO DE TOMA A TIERRA	---	---
⊕	ALIMENTADOR O CIRCUITO EN TUBERIA EXPONIDA EN EL TECTO	---	---
⊕	ALIMENTADOR O CIRCUITO EN TUBERIA EMPUJADA EN TECTO (PARED)	---	---
⊕	ALIMENTADOR O CIRCUITO EN TUBERIA EMPUJADA EN EL PISO	---	---
⊕	ALIMENTADOR O CIRCUITO DE ESCALERA ELECTRICA, TUBERIA EMPUJADA EN EL PISO	---	---
⊕	ALIMENTADOR O CIRCUITO DE ASCENSOR, TUBERIA EMPUJADA EN EL PISO	---	---
⊕	POSTE METALICO	---	---
⊕	TOMACORRIENTE SIMPLE PARA LUZ DE EMERGENCIA	2.40	REC 10x10x75mm

ESPECIFICACIONES TECNICAS

1° LAS TUBERIAS SERAN DE PLASTICO PULIDO (PVC) SALVO INDICACION. EL DIAMETRO NOMINAL SERA DE 1" o 1 1/2".

2° LOS CONDUCTORES SERAN DE COBRE ELECTROLITICO CON AISLAMIENTO TV Y SECCION EN MM². LA MEDIDA SECCION A INSTALAR SERA DE 3mm².

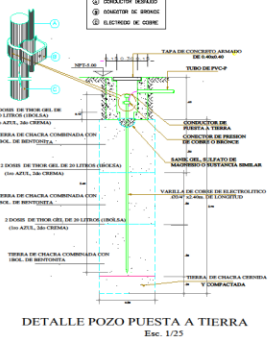
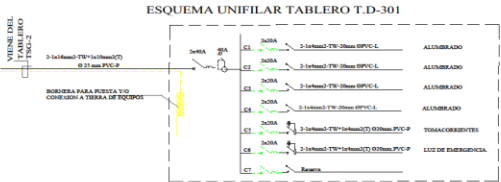
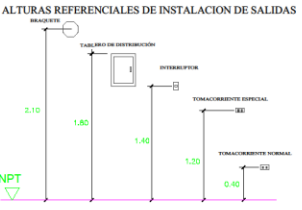
3° LAS CABLES SERAN DE FIERRO GALVANIZADO DEL TIPO PESADO.

4° LOS TABLEROS DE DISTRIBUCION ELECTRICA SERAN PARA EMPUJARSE EN CAJONES METALICOS CON INTERRUPTORES AUTOMATICO TERMO-MAGNETICOS SIN FUSEBLES.

5° LOS CABLES DE CONDUCCION SERAN SINGLES O SIMILARES A LOS DE LA SERIE MAGIC DE TECTO.

6° LAS CAJAS SERAN DE PVC RECTANGULAR 100x75mm OCTOGONAL 100x100mm CUADRADA 100x100mm.

7° LAS CAJAS QUE TENIAMS MAS DE DOS TUBOS SE REEMPLAZARAN POR CAJA CUADRADA CON TAPA UN GAN CUADRADA 100 x 110mm.



SECTOR II
UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO

TITULO DE PROYECTO: **MERCADO DE ABASTOS COMO DINAMIZADOR DEL TURISMO GASTRONOMICO EN LA ZONA METROPOLITANA DE LA CIUDAD DE BARRANCO**

TITULO DE PROYECTO ESPECIAL: **INSTALACIONES ELECTRICAS**

FACULTAD DE ARQUITECTURA
 ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

DEPARTAMENTO: LINEA LIBRE
 CIUDAD: BARRANCO

PROFESOR: **MIGUEL SOTANO 01**

ESTUDIANTE: **JOBAN LUIS VESBAL POLO**

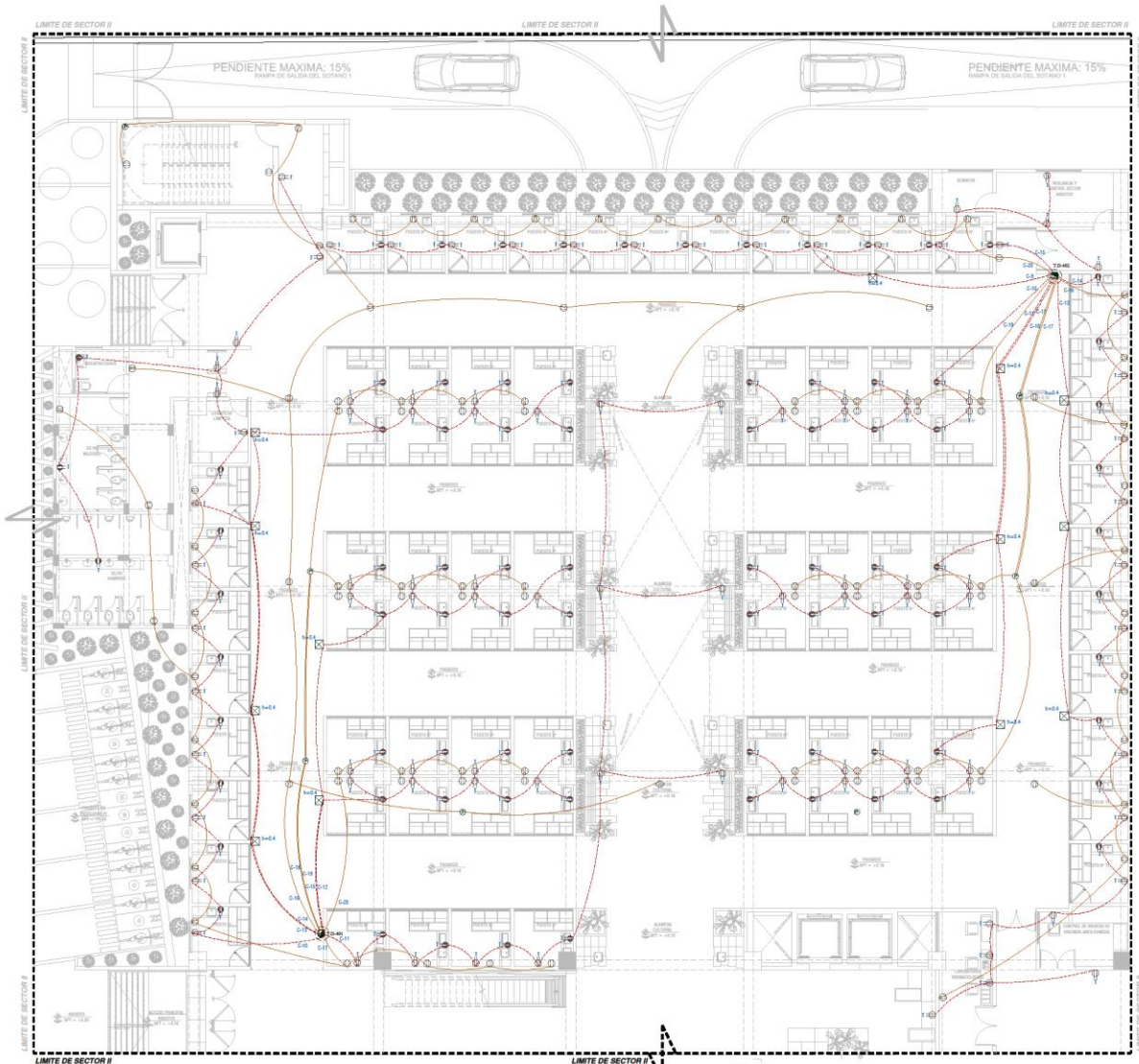
FECHA: **1/75**

BOB DE LABOR: **175**

PROYECTO: **AD**

IE-10

LEYENDA			
SIMBOLO	DESCRIPCION	ALTEZA en (mm sobre)	TIPO DE CABLE
○	SALIDA PARA ALUMBRADO EN EL TENDIDO	1.40	OCT-100mm
○	SALIDA PARA ALUMBRADO EN LA PARED (BRACKET)	1.00	OCT-100mm
○	ENTRADA/PUER. SIMPLE, DOBLE Y TRIPLE	1.40	RECT/100x100mm
□	ARTIFICIO DE ALUMBRADO ADOSADO	---	---
○	TOMACORRIENTE BIPOLAR DOBLE CON TOMA A TIERRA	0.40	RECT/100x100mm
○	TOMACORRIENTE PUNTO APURADA DE AGUA CON TOMA A TIERRA	1.00	DOBLE/100x100mm
○	CAJA DE PABO CON TAPA CIEGA	0.40 / 1.20	OCT-100mm
○	CAJA DE PABO CLASIFICADA DE 2000mm SALVO INDICACION	1.00	CLASIF-100mm
○	TABLEROS DE DISTRIBUCION ELECTRICA	1.80	ESPECIAL
○	INTERRUPTOR AUTOMATICO TERMOMAGNETICO	---	---
○	MEGACORRIENTE	ESPECIAL	ESPECIAL
○	INTERRUPTOR DIFERENCIAL	---	---
○	PUZO DE TOMA A TIERRA	---	---
○	ALIMENTADOR O CIRCUITO EN TUBERIA SUSPENDIDA EN LA TUBERIA	---	---
○	ALIMENTADOR O CIRCUITO EN TUBERIA EMPOTRADO EN TUBERIA DE PARED	---	---
○	ALIMENTADOR O CIRCUITO EN TUBERIA EMPOTRADO EN LA PARED	---	---
○	ALIMENTADOR O CIRCUITO DE SEGURIDAD ELECTRICA, TUBERIA SUSPENDIDA EN SALIDA	---	---
○	ALIMENTADOR O CIRCUITO DE SEGURIDAD, TUBERIA EMPOTRADO EN EL PISO	---	---
○	PUENTE METALICO	---	---
○	TOMACORRIENTE SIMPLE PARA LUGAR DE EMERGENCIA	0.40	RECT/100x100mm



ESQUEMA UNIFILAR TABLERO T.D-401



ESQUEMA UNIFILAR TABLERO T.D-402

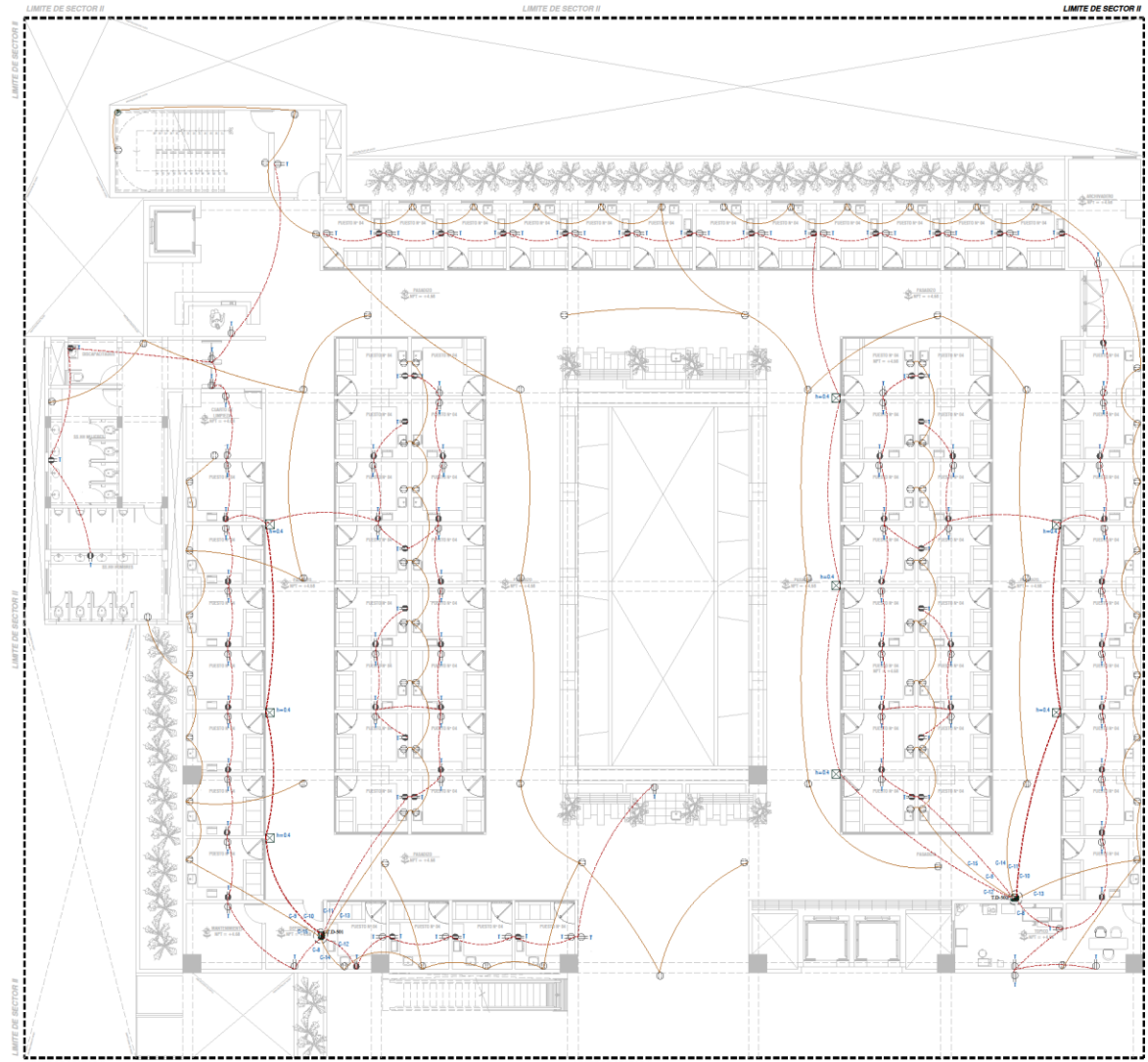


ESPECIFICACIONES TECNICAS

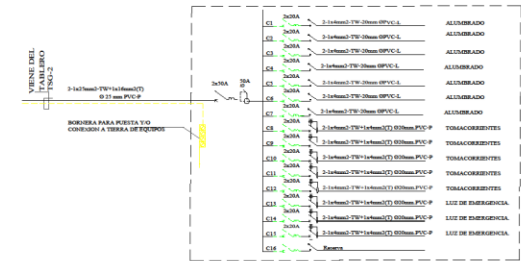
1. LAS TUBERIAS SERAN DE PLASTICO PEX-PP (PVC-P) SALVO INDICACION, EL DIAMETRO REFERENCIAL SERA DE 11mm.
2. LOS CONDUCTORES SERAN DE CABLES REACTIVADOS CON AISLAMIENTO TW Y SECCION 150mm². LA SERVIDA SERA DE 2000mm SALVO INDICACION.
3. LAS CAJAS SERAN DE PUNTO APURADA DE AGUA CON TOMA A TIERRA.
4. LOS TABLEROS DE DISTRIBUCION ELECTRICA SERAN PARA EMPOTRAR EN GABINETES METALICOS CON INTERRUPTOR AUTOMATICO TERMOMAGNETICO SIN FUSIBLES.
5. LOS ACCESORIOS DE CONEXION SERAN SIGUELOS O DISEÑADOS A LOS DE LA SERIE MAGIC DE TENDIO.
6. LAS CAJAS SERAN DE PVC RECTANGULARES 100x70x100mm. CILINDRICAS 100x100mm.
7. LAS CAJAS QUE TENGAN MAS DE DOS TUBOS SE REEMPLAZARAN POR CAJA CLASIFICADA CON TAPA CIEGA CLASIFICADA 100 x 70 mm.

UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO FACULTAD DE ARQUITECTURA ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERIA EN ARQUITECTURA	TITULO DE PROYECTO: MERCADO DE ABASTOS COMO DINAMIZADOR DEL TURISMO GASTRONOMICO EN LA LINEA METROPOLITANA, 2do y 3er ABASTO MERCADO N. BARRANCO	
	TITULO DE PROYECTO: CENTRO GASTRONOMICO CULTURAL	DEPARTAMENTO: LINEA AREA BARRANCO
PLAN DE TOMACORRIENTES	PLAN DE TOMACORRIENTES	AREA: PRIMER PISO
AUTOR: ING. JORGE LUIS VEGAL SOLIS	ESCALA: 1/75	FECHA: 2020
PROYECTO: AD		IE-11

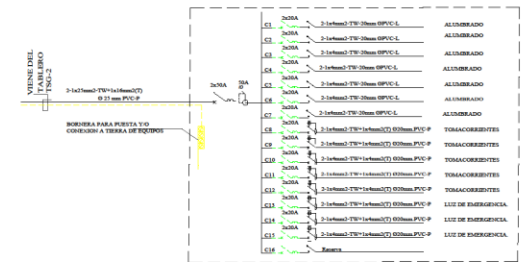
LEYENDA			
SIMBOLO	DESCRIPCION	ALTIMETRIA (mm sobre rasante)	TIPO DE CABLE
⊕	SALEDA PARA ALUMBRADO EN EL TECTO	---	OCT-10x40
⊕	SALEDA PARA ALUMBRADO EN LA PARED (BRAQUETE)	3.00	OCT-10x40
⊕	INTERRUPTOR SIMPLE, DOBLE Y TRIPLE	1.40	RECT. 10x10x100mm
⊕	ARTERFACTO DE ALUMBRADO ADOSADO	---	---
⊕	TOMACORRIENTE BIPOLAR DOBLE CON TOMA A TIERRA	0.40	RECT. 10x10x100mm
⊕	TOMACORRIENTE PUNTO APERTURA DE ACERO CON TOMA A TIERRA	1.30	RECT. 10x10x100mm
⊕	CASA DE PASO CON CABLE CERRA	0.40 / 1.30	RECT. 10x10x100mm
⊕	CASA DE PASO COLOCADA EN POSICION SALVO INDICACION	1.80	CIAD-10x40
⊕	TABLEROS DE DISTRIBUCION ELECTRICA	1.00 sobre rasante	ESPECIAL
⊕	INTERRUPTOR AUTOMATICO TERMO-MAGNETICO	---	---
⊕	MEDEJOR KW	---	ESPECIAL
⊕	INTERRUPTOR DIFERENCIAL	---	---
⊕	PIEDRO DE TOMA A TIERRA	---	---
⊕	ALIMENTADOR O CONJUNTO EN TIERRA Suspendida EN EL TECTO	---	---
⊕	ALIMENTADOR O CONJUNTO EN TIERRA Suspendida EN LA PARED	---	---
⊕	ALIMENTADOR O CONJUNTO EN TIERRA Suspendida EN EL PISO	---	---
⊕	ALIMENTADOR O CONJUNTO DE ESCALERA ELECTRICA	---	---
⊕	ALIMENTADOR O CONJUNTO DE ACCESORIOS TIERRA Suspendida EN EL PISO	---	---
⊕	POSTE METALICO	---	---
⊕	TOMACORRIENTE LIBRE PARA LUZ DE EMERGENCIA	3.00	RECT. 10x10x100mm



ESQUEMA UNIFILAR TABLERO T.D-501



ESQUEMA UNIFILAR TABLERO T.D-502



- ESPECIFICACIONES TECNICAS**
1. LAS TIERRAS SERAN DE PLASTICO FLEXIBLE (PVC-F) SALVO INDICACION, EL DIAMETRO SERA DE 12mm.
 2. LOS CONDUCTORES SERAN DE COBRE ELECTROLITICO CON AISLAMIENTO TW Y SECCION 1.5mm. LA MEDIDA SECCION A DISTANCIA SERA DE 2mm.
 3. LAS CASAS DE PASO SERAN DE PUNTO APERTURA DE ACERO CON TOMA A TIERRA.
 4. LOS TABLEROS DE DISTRIBUCION ELECTRICA SERAN PARA BARRAS DE ALUMINIO METALICO CON INTERRUPTOR AUTOMATICO TERMO-MAGNETICO SIN FUSIBLES.
 5. LOS ACCESORIOS DE CONEXION SERAN SIGMA O DOBLE A LO DE LA SERIE MAGIE DE TRIBO.
 6. LAS CASAS SERAN DE PVC RECTANGULAR 10x17x100mm.
 7. LAS CASAS QUE TIENAN MAS DE DOS TUBOS SE REEMPLAZARAN POR CASA CUADRADA CON TAPA CERRA COLOCADA, 10x14x100mm.

SECTOR II

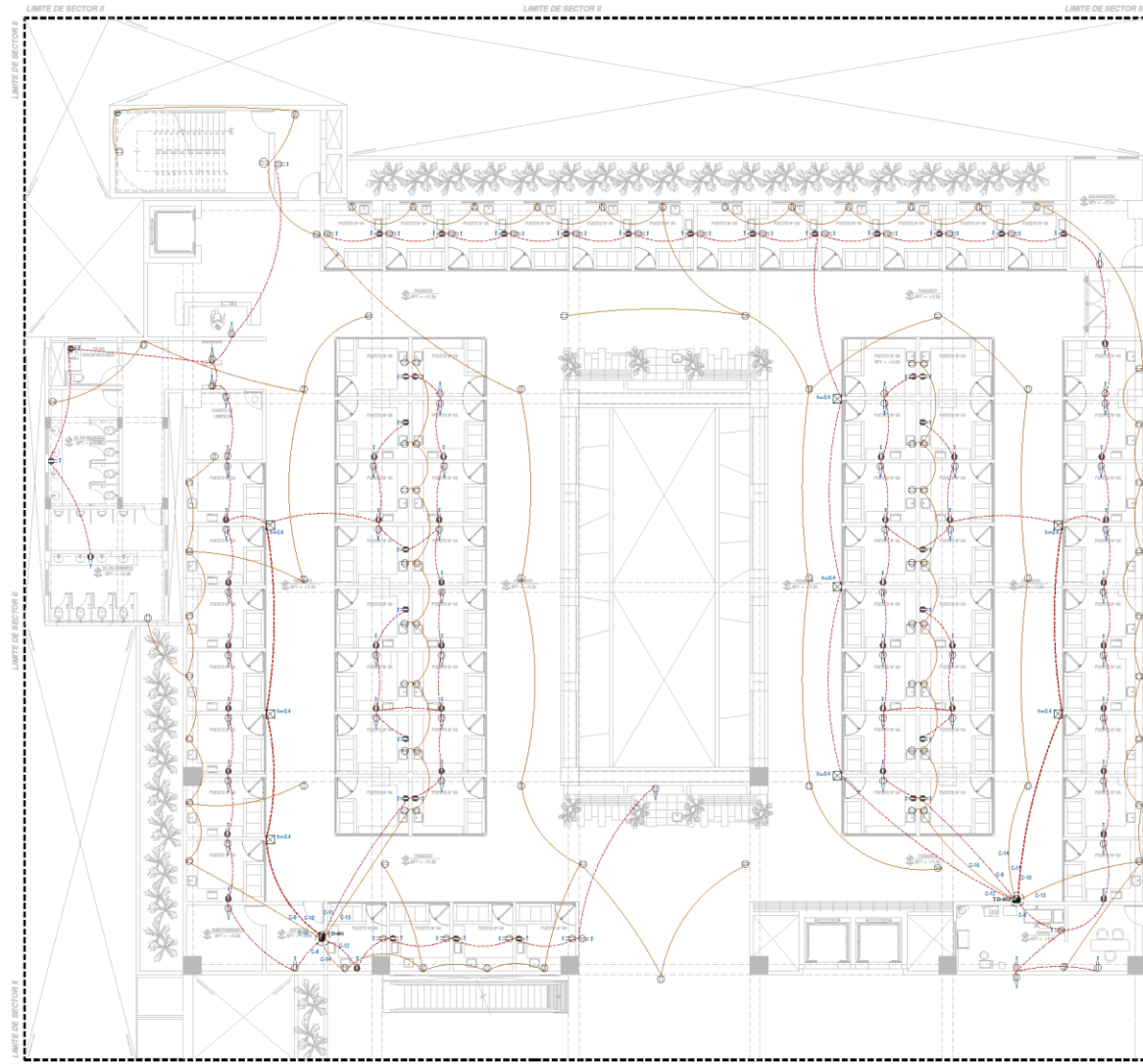
INSTALACIONES ELECTRICAS
PLANO DE TOMACORRIENTES-SEGUNDO PISO
ESC 1/75

UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO FACULTAD DE ARQUITECTURA ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERIA EN ELECTRICIDAD	TITULO DE PROYECTO: MERCADO DE ABASTOS COMO DINAMIZADOR DEL TURISMO GASTRONOMICO EN LA METROPOLIS TAMBAYESADO MERCADO NRO 2, BARRIADO	TITULO DE PROYECTO: CENTRO GASTRONOMICO CULTURAL	INSTALACIONES ELECTRICAS
	DEPARTAMENTO: LIMA REGION: LIMA DISTRITO: BARRIADO	PLAN DE TOMACORRIENTES SEGUNDO PISO	AUTOR: ING. JOSE LUIS VESPAZ HILLO FECHA: 1/75 AÑO: 2020 PROYECTO: AD

IE-12

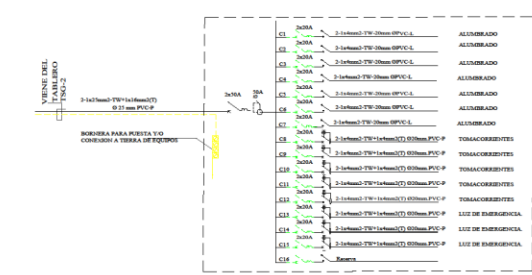
SECTOR II

INSTALACIONES ELECTRICAS
PLANO DE TOMACORRIENTES-TERCER PISO
ESC 1/75

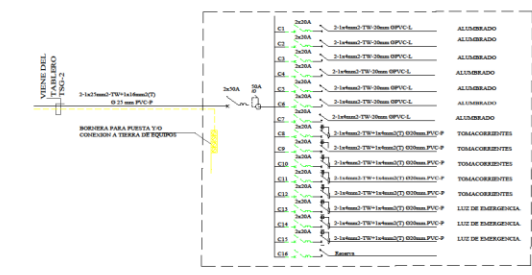


LEYENDA			
SIMBOLO	DESCRIPCION	ALTIMETRIA (mm sobre nivel)	TIPO DE CABLE
○	SALEDA PARA ALUMBRADO EN EL TECTO	---	OCT-10x40
○	SALEDA PARA ALUMBRADO EN LA PARED (BRAQUETE)	2.00	OCT-10x40
○	INTERRUPTOR SIMPLE, SIMPLE Y TRIPLE	1.40	RECT. 10x10x40mm
○	ARTIFACTO DE ALUMBRADO ADOSADO	---	---
○	TOMACORRIENTE BIPOLAR DOBLE CON TOMA A TIERRA	0.40	RECT. 10x10x40
○	BRACOCORRIENTE PUNTO APERTURA DE ACERO CON TOMA A TIERRA	1.30	RECT. 10x10x40
○	CASA DE PASADIZO CON TAPA CIEGA	0.40/1.30	RECT. 10x10x40
○	CASA DE PASADIZO CON TAPA CIEGA Y BARRIDO SALVO INDICACION	1.80	CIELO 10x10x40
○	TABLERO DE DISTRIBUCION ELECTRICA	1.00 sobre Top	ESPECIAL
○	INTERRUPTOR AUTOMATICO TERMO-MAGNETICO	---	---
○	MEDIDOR KWs	---	ESPECIAL
○	INTERRUPTOR DIFERENCIAL	---	---
○	PIEDRO DE TOMA A TIERRA	---	---
○	ALIMENTADOR O CONECTOR EN TIERRA Suspendida EN EL TECTO	---	---
○	ALIMENTADOR O CONECTOR EN TIERRA Suspendida EN TUBO DE PARED	---	---
○	ALIMENTADOR O CONECTOR EN TIERRA Suspendida EN EL PISO	---	---
○	ALIMENTADOR O CONECTOR DE ESQUEMERA ELECTRICA Suspendida EN TUBO	---	---
○	ALIMENTADOR O CONECTOR DE ESQUEMERA, TIERRA Suspendida EN EL PISO	---	---
○	POSTE METALICO	---	---
○	TOMACORRIENTE SIMPLE PARA LUZ DE EMERGENCIA	2.00	RECT. 10x10x40mm

ESQUEMA UNIFILAR TABLERO T.D-601

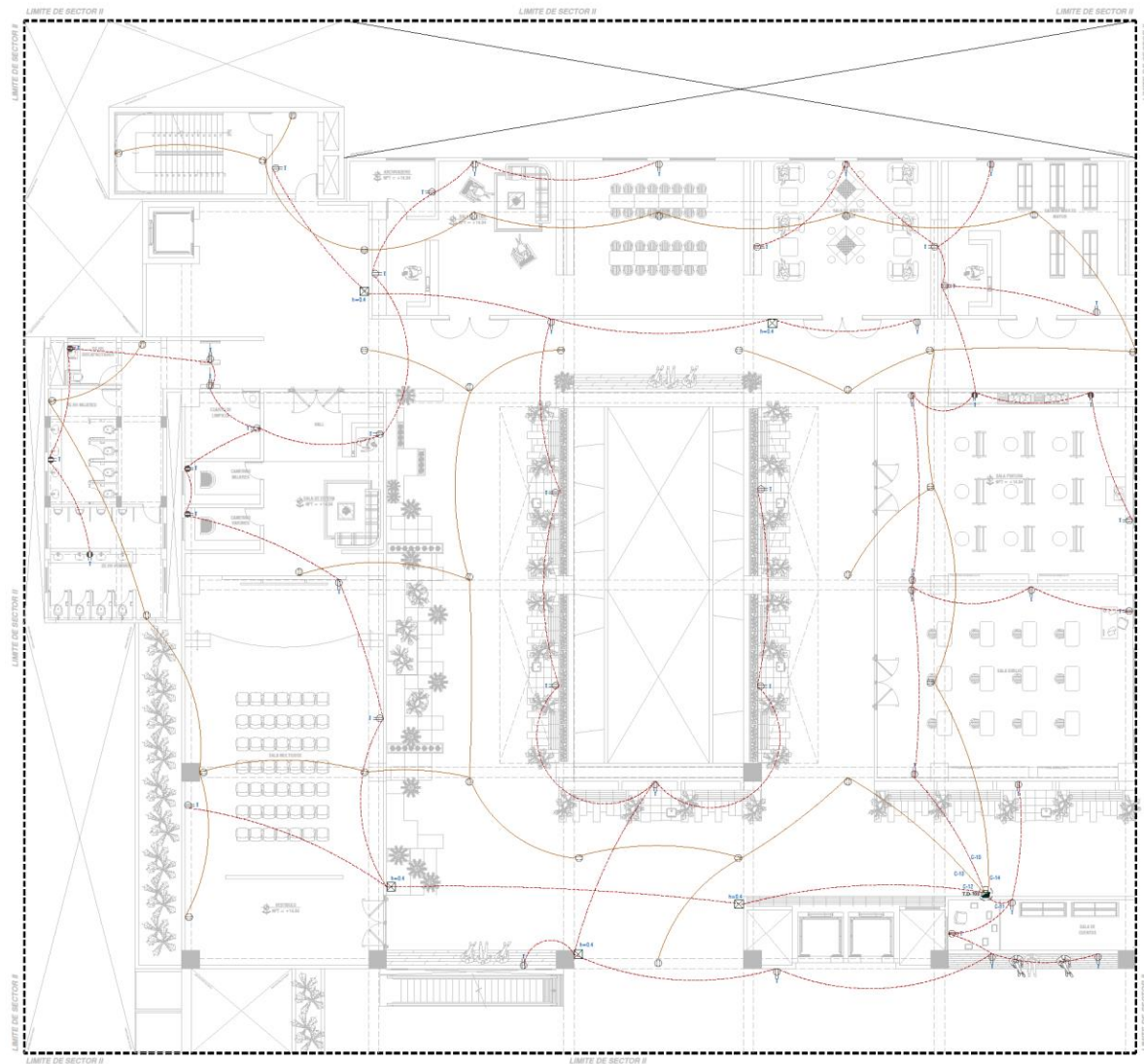


ESQUEMA UNIFILAR TABLERO T.D-602



- ESPECIFICACIONES TECNICAS**
- 1- LAS TIERRAS SERAN DE PLASTICO FIRMADO (PVC-F) SALVO INDICACION, EL DIAMETRO SERA DE 11mm.
 - 2- LOS CONDUCTORES SERAN DE COBRE ELECTROLITICO CON AISLAMIENTO TW Y SECCION 14mm². LA MEDIDA SECCION A DISTANCIA SERA DE 2mm².
 - 3- LAS CASAS DE PASADIZO SERAN DE COBRE ELECTROLITICO CON AISLAMIENTO TW Y SECCION 14mm².
 - 4- LOS TABLEROS DE DISTRIBUCION ELECTRICA SERAN PARA BARRIDO EN GABINETES METALICOS CON INTERRUPTOR AUTOMATICO TERMO-MAGNETICO SIN FUSIBLES.
 - 5- LOS ACCESORIOS DE CONEXION SERAN SIMBOLOS O SIMILARES A LOS DE LA SERIE MAGIE DE TUBO.
 - 6- LAS CASAS SERAN DE PVC RECTANGULAR 10x17x40mm.
 - 7- LAS CASAS QUE TENGAN MAS DE DOS TUBOS SE REEMPLAZARAN POR CASA CUADRADA CON TAPA CIEGA COLOCADA, 10x17x40mm.

UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO FACULTAD DE ARQUITECTURA ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERIA EN ARQUITECTURA	TITULO DE PROYECTO (DESCRIPCION):	MERCADO DE ABASTOS COMO DINAMIZADOR DEL TURISMO GASTRONOMICO EN LIMA METROPOLITANA, ESTADIO LARI, MERCADO N° 2, BARRANCO	
	TITULO DE PROYECTO (DESCRIPCION):	CENTRO GASTRONOMICO CULTURAL	INSTALACIONES ELECTRICAS
PROYECTADO POR:	DEPARTAMENTO / DIVISION:	LIMA / BARRANCO	PLANO DE TOMACORRIENTES
PROYECTADO POR:	ESPECIALIDAD:	INGENIERIA EN ELECTRICIDAD	TERCER PISO
PROYECTADO POR:	FECHA:	17/5	17/5
PROYECTADO POR:	PROYECTO:	AD	1E-13

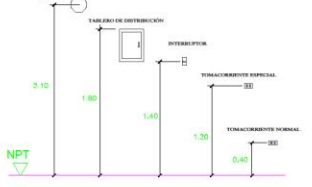


LEYENDA			
SÍMBOLO	DESCRIPCIÓN	ALTIMETRIA	TIPO DE CAJA
⊕	SALIDA PARA ALUMBRADO EN EL TECHO	---	OCT. 100x140
⊕	SALIDA PARA ALUMBRADO EN LA PARED (BRAQUETE)	1.60	OCT. 100x140
⊕	INTERRUPTOR SIMPLE CON Y Y FUSIBLE	1.40	RECT. 100x75x50mm
⊕	ARTERFACTOS DE ALUMBRADO ANCLAJADO	---	---
⊕	TOMACORRIENTES SIMPLES DOBLE CON TUBO A TUBERA	0.40	RECT. 100x75x50mm
⊕	TOMACORRIENTE PUNTO APRESA DE AGUA CON TUBO A TUBERA	1.20	RECT. 100x75x50mm
⊕	CAJA DE PASO CON TAPA CIEGA	0.40 / 2.20	OCT. 100x140
⊕	CAJA DE PASO CUADRADA DE 200x200mm SIN VO DEDICACION	1.80	CUAD. 100x140
⊕	TABLERO DE DISTRIBUCIÓN ELÉCTRICA	1.80	ESPECIAL
⊕	INTERRUPTOR AUTOMÁTICO TERMOMAGNÉTICO	---	---
⊕	MEJORAR SIN	ESPECIAL	ESPECIAL
⊕	INTERRUPTOR ESPECIAL	---	---
⊕	POSTO DE TUBO A TUBERA	---	---
⊕	ALIMENTADOR O CIRCUITO EN TUBERA SUSPENSA	---	---
⊕	ALIMENTADOR O CIRCUITO EN TUBERA EMPOTRADA EN TUBO DE PARED	---	---
⊕	ALIMENTADOR O CIRCUITO EN TUBERA EMPOTRADA EN EL TECHO	---	---
⊕	ALIMENTADOR O CIRCUITO DE ESCALERA ELÉCTRICA, TUBERA SUSPENSA EN ESCALER...	---	---
⊕	ALIMENTADOR O CIRCUITO DE ASCENSOR, TUBERA EMPOTRADA EN EL TECHO	---	---
⊕	POSTE METÁLICO	---	RECT. 100x75x50mm
⊕	TOMACORRIENTE SIMPLE PARA LUZ DE EMERGENCIA	2.40	RECT. 100x75x50mm

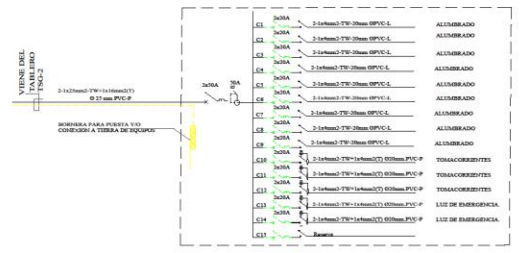
ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

- 1° LAS TUBERÍAS SERÁN DE PLÁSTICO PULIDO (PVC-U) SIN VO DEDICACION. EL DIÁMETRO SERÁ DE 25 mm.
- 2° LOS CONDUCTORES SERÁN DE COBRE ELÉCTRICO CON AISLAMIENTO TV Y SECCIÓN DE 4mm² LA MISMA SECCIÓN A INSTALAR SERÁ DE 3 mm².
- 3° LAS CAJAS SERÁN DE FIERRO GALVANIZADO DEL TIPO PESADO.
- 4° LOS TABLEROS DE DISTRIBUCIÓN ELÉCTRICA SERÁN PARA PLANTAS DE CUARTOS METÁLICOS CON INTERRUPTORES AUTOMÁTICOS TERMOMAGNÉTICOS SIN FUSIBLES.
- 5° SI LOS CONDUCTOS DE CHUBASCOS SERÁN SINGLES O SIMILARES A LOS DE LA SERIE MAGIC DE TUBOS.
- 6° LAS CAJAS SERÁN DE PVC RECTANGULARES 100x75x50mm OCTOGONALES 100x140mm.
- 7° LAS CAJAS QUE TENGA MÁS DE DOS TUBOS SE REEMPLAZARÁN POR CAJA CUADRADA CON TAPA UN GAN. CUADRADA 100 x 100 mm.

ALTURAS REFERENCIALES DE INSTALACION DE SALIDAS



ESQUEMA UNIFILAR TABLERO T.D-701



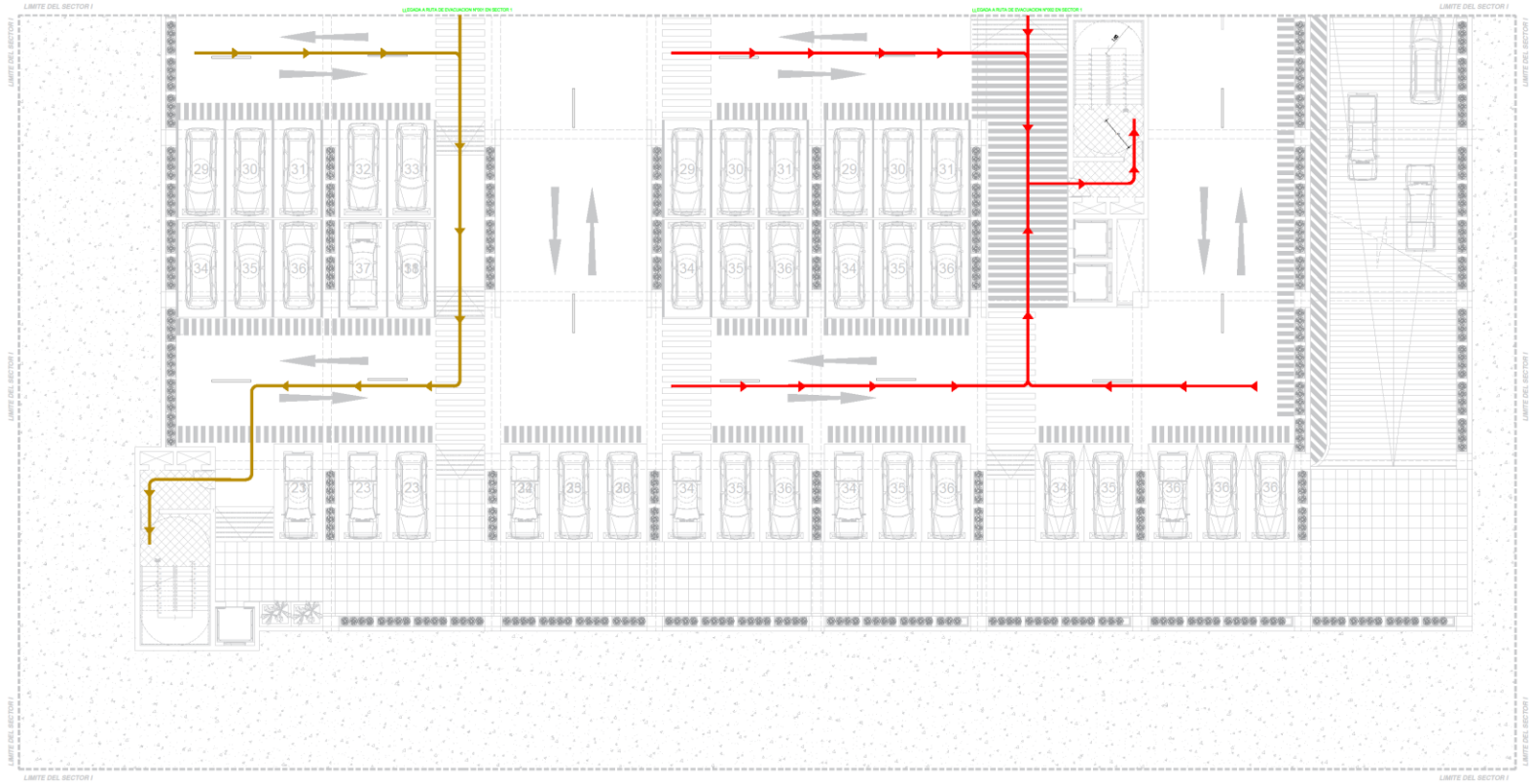
SECTOR II

INSTALACIONES ELECTRICAS
PLANO DE TOMACORRIENTES-CUARTO PISO
ESC 1/75

UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO FACULTAD DE ARQUITECTURA ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA	TÍTULO DE PROYECTO: MERCADO DE ABASTOS COMO DINAMIZADOR DEL TURISMO GASTRONÓMICO EN UNA METROPOLIS COMO ES EL CASO MERCADO NRO 2, BARRANCO	
	TÍTULO DE PROYECTO: CENTRO GASTRONÓMICO CULTURAL	TÍTULO DE PROYECTO: INSTALACIONES ELÉCTRICAS
DEPARTAMENTO: LINEA AEREA BARRANCO	DEPARTAMENTO: LINEA AEREA BARRANCO	UBICACIÓN: CUARTO PISO
AUTOR: ING. JOSE LUIS VESPAZ POLO	AUTOR: ING. JOSE LUIS VESPAZ POLO	TÍTULO: PLANO DE TOMACORRIENTES
ESCALA: 1/75	FECHA: 2020	IDENTIFICACION: IE-14
PROYECTO: AD		

PLANOS DE SEGURIDAD

Planos de evacuación – SECTOR 1



AFORO POR RUTA DE EVACUACION N° 001					
PISO	AMBIENTE	ÁREA	COEFICIENTE	CANTIDAD	AFORO
SOTANO 3	ESTACIONAMIENTO	-	1 Est. /persona	26	26

FUENTE: GENEPRED

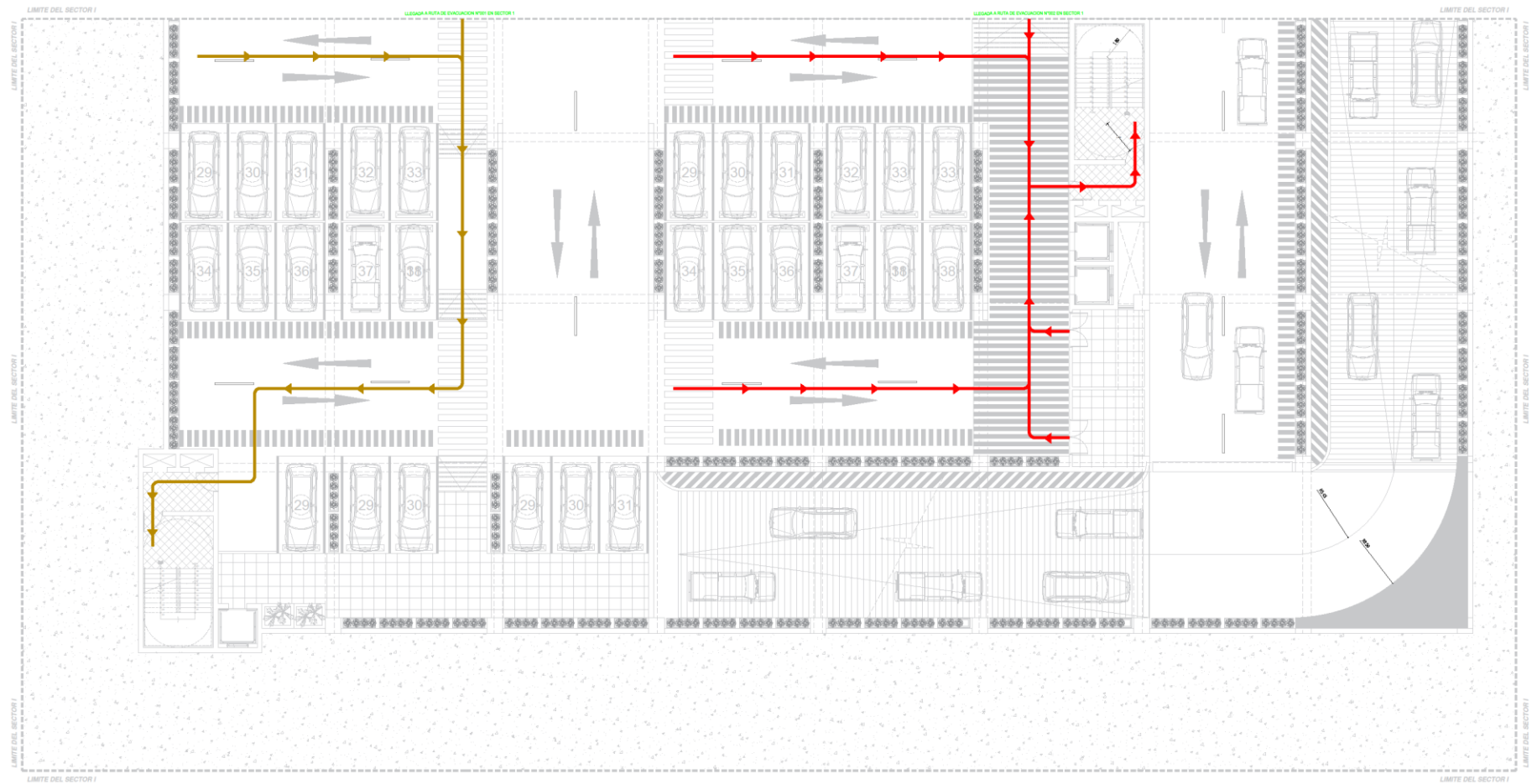
AFORO POR RUTA DE EVACUACION N° 002					
PISO	AMBIENTE	ÁREA	COEFICIENTE	CANTIDAD	AFORO
SOTANO 3	ESTACIONAMIENTO	-	1 Est. /persona	33	33

FUENTE: GENEPRED

SECTOR I

PROYECTO DE SEGURIDAD
 PLANO DE EVACUACION-SOTANO 03
 ESC: 1/75

<p>UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO</p>	<p>PROYECTO DE INVESTIGACIÓN: MERCADO DE BARRIO COMO ORGANIZADOR DEL PLANEO BARRIO EN EL CASO: MERCADO HNO S. BARRANCO</p>	<p>INSTITUCIÓN: SEGURIDAD</p>
	<p>FACULTAD DE ARQUITECTURA</p>	<p>CENTRO BARRIOCENTRO CULTURAL</p>
<p>PROFESOR: PROFESOR(A) DE DISEÑO</p>	<p>DEPARTAMENTO: DE DISEÑO AMBIENTAL</p>	<p>SEMESTRE: SOTANO 03</p>
<p>SECTOR I Cesar Vallejo</p>	<p>TERCER SEMESTRE ACADÉMICO 2020</p>	<p>PROFESOR: DR. JORGE LUIS VEGDEL PÉREZ</p>
	<p>ESCALA: 1/75</p>	<p>BOB DE LÁMINA: 2020</p>
		<p>PROFESOR: AD</p>



AFORO POR RUTA DE EVACUACION N° 001					
PISO	AMBIENTE	ÁREA	COEFICIENTE	CANTIDAD	AFORO
SOTANO 2	ESTACIONAMIENTO	-	1 Est. /persona	26	26

FUENTE: CENEPED

AFORO POR RUTA DE EVACUACION N° 002					
PISO	AMBIENTE	ÁREA	COEFICIENTE	CANTIDAD	AFORO
SOTANO 2	ESTACIONAMIENTO	-	1 Est. /persona	22	22

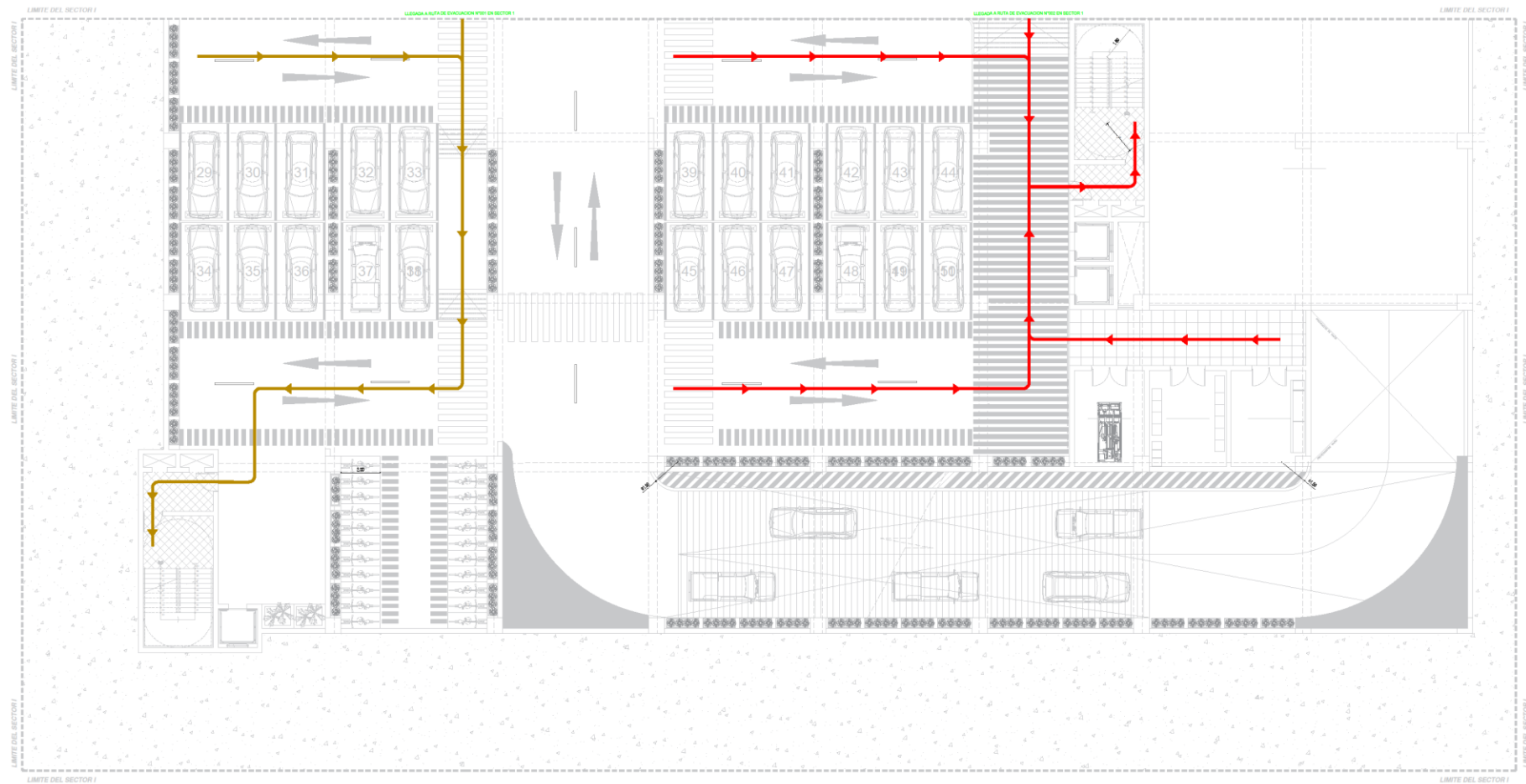
FUENTE: CENEPED

SECTOR I

PROYECTO DE SEGURIDAD
PLANO DE EVACUACION-SOTANO 02
ESC 1/75

<p>UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO</p>	<p>TÍTULO DE PROYECTO: MERCADO DE ABASTOS COMO DINAMIZADOR DEL TURISMO GASTRONÓMICO EN LIMA METROPOLITANA, SOLO CABO MERCADO NRO 2, BARRANCO</p>		<p>ESPESIFICACIÓN: SEGURIDAD</p>
	<p>TÍTULO DE PROYECTO: CENTRO GASTRONÓMICO CULTURAL</p>		<p>PLANO: PLANO DE EVACUACION</p>
<p>FACULTAD DE ARQUITECTURA</p> <p>ESCUELA ESPECIALIDAD DE ARQUITECTURA</p>	<p>UBICACIÓN: DEPARTAMENTO : LIMA LIMA</p> <p>PROVINCIA : BARRANCO</p> <p>DISTRITO :</p>	<p>PROYECTO: SOTANO 02</p>	
<p>SECTOR I</p>	<p>FECHA DE APROBACIÓN: 17/05/2020</p> <p>PROYECTANTE: AD</p>		<p>FECHA: 17/05/2020</p> <p>PROYECTANTE: AD</p>
	<p>PROYECTO: MERCADO DE ABASTOS COMO DINAMIZADOR DEL TURISMO GASTRONÓMICO EN LIMA METROPOLITANA, SOLO CABO MERCADO NRO 2, BARRANCO</p>		<p>PROYECTO: SOTANO 02</p>
	<p>PROYECTO: CENTRO GASTRONÓMICO CULTURAL</p>		<p>PROYECTO: SOTANO 02</p>
	<p>PROYECTO: SOTANO 02</p>		<p>PROYECTO: SOTANO 02</p>

S-02



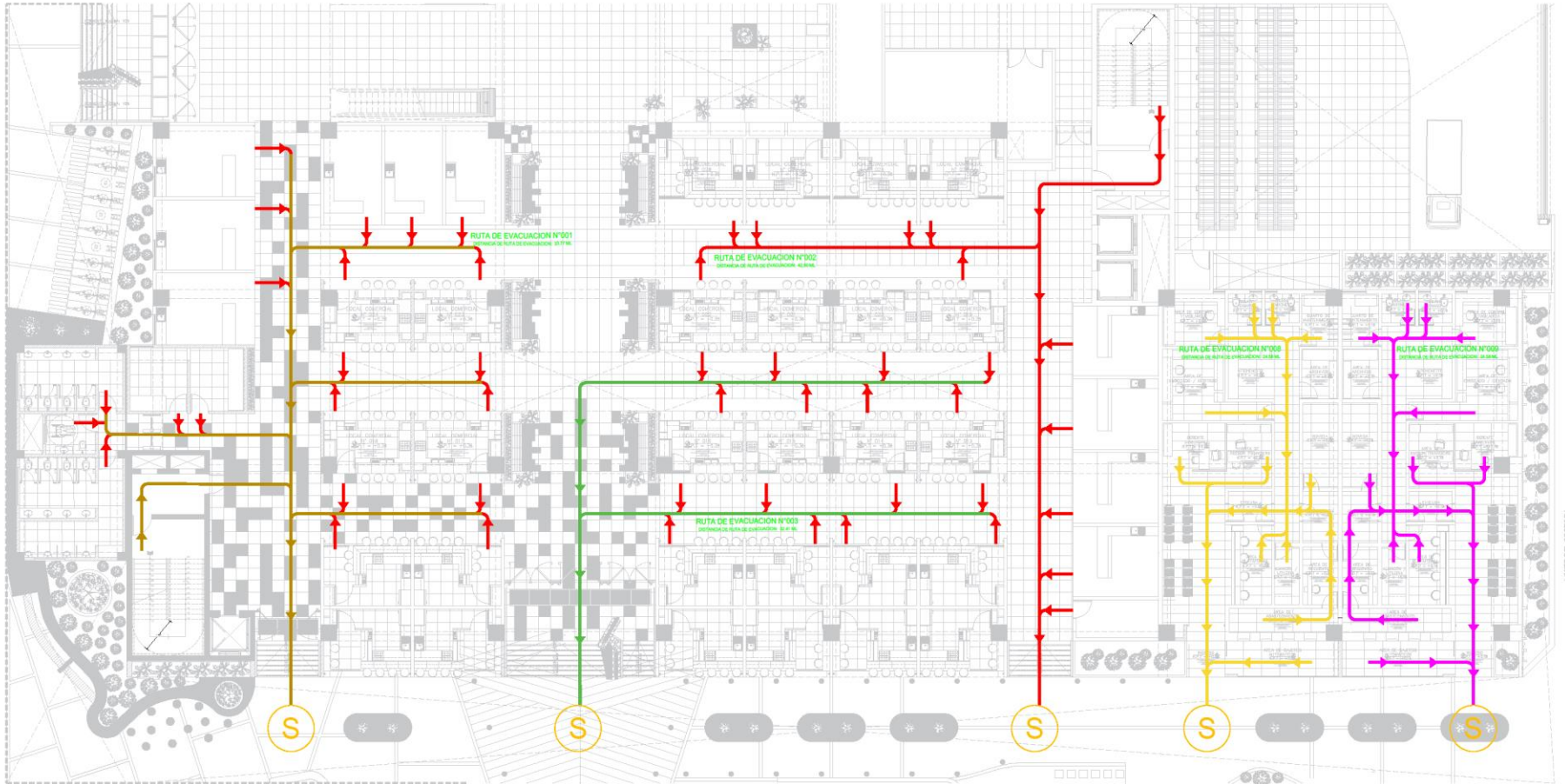
AFORO POR RUTA DE EVACUACION N° 001					
PISO	AMBIENTE	ÁREA	COEFICIENTE	CANTIDAD	AFORO
SOTANO 1	ESTACIONAMIENTO	-	1 Est. /persona	20	20
	PARQUEO BICICLETA	-	1 Bic. /persona	22	22

AFORO POR RUTA DE EVACUACION N° 002					
PISO	AMBIENTE	ÁREA	COEFICIENTE	CANTIDAD	AFORO
SOTANO 1	ESTACIONAMIENTO	-	1 Est. /persona	22	22

SECTOR I

PROYECTO DE SEGURIDAD
 PLANO DE EVACUACION-SOTANO 01
 ESC 1/75

 UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO	TÍTULO DE PROYECTO: MERCADO DE ABASTOS COMO DINAMIZADOR DEL TURISMO GASTRONÓMICO EN LIMA METROPOLITANA, S.O.19 CABO MERCADO NRO 2, BARRANCO		ESPECIALIDAD: SEGURIDAD
	TÍTULO DE PROYECTO SUBCATEGORÍA: CENTRO GASTRONÓMICO CULTURAL		PLAN DE EVACUACION
FACULTAD DE ARQUITECTURA ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA	PROFESOR: DEPARTAMENTO: LIMA LIMA PROVINCIA: BARRANCO	SEMESTRE: SOTANO 01	TÍTULO DE PROYECTO SUBCATEGORÍA: MERCADO DE ABASTOS COMO DINAMIZADOR DEL TURISMO GASTRONÓMICO EN LIMA METROPOLITANA, S.O.19 CABO MERCADO NRO 2, BARRANCO AUTOR: ING. JOSE LUIS VESSEL HOLS
SECTOR I SUBCATEGORÍA			FECHA: 1/75 AÑO: 2020 PROYECTO: AD
			S-03



AFORO POR RUTA DE EVACUACION N° 001					
PISO	AMBIENTE	ÁREA	COEFICIENTE	CANTIDAD	AFORO
1 PISO	AREA DE#Puest.GASTRONOMIA	-	2.0 m2/persona	14	84

AFORO POR RUTA DE EVACUACION N° 002					
PISO	AMBIENTE	ÁREA	COEFICIENTE	CANTIDAD	AFORO
1 PISO	AREA DE#Puest.GASTRONOMIA	-	2.0 m2/persona	8	16

AFORO POR RUTA DE EVACUACION N° 003					
PISO	AMBIENTE	ÁREA	COEFICIENTE	CANTIDAD	AFORO
1 PISO	AREA DE#Puest.GASTRONOMIA	-	2.0 m2/persona	16	96

AFORO POR RUTA DE EVACUACION N° 008					
PISO	AMBIENTE	ÁREA	COEFICIENTE	CANTIDAD	AFORO
1 PISO	AREA FINANCIERA	-	5.0 m2/persona	1	34

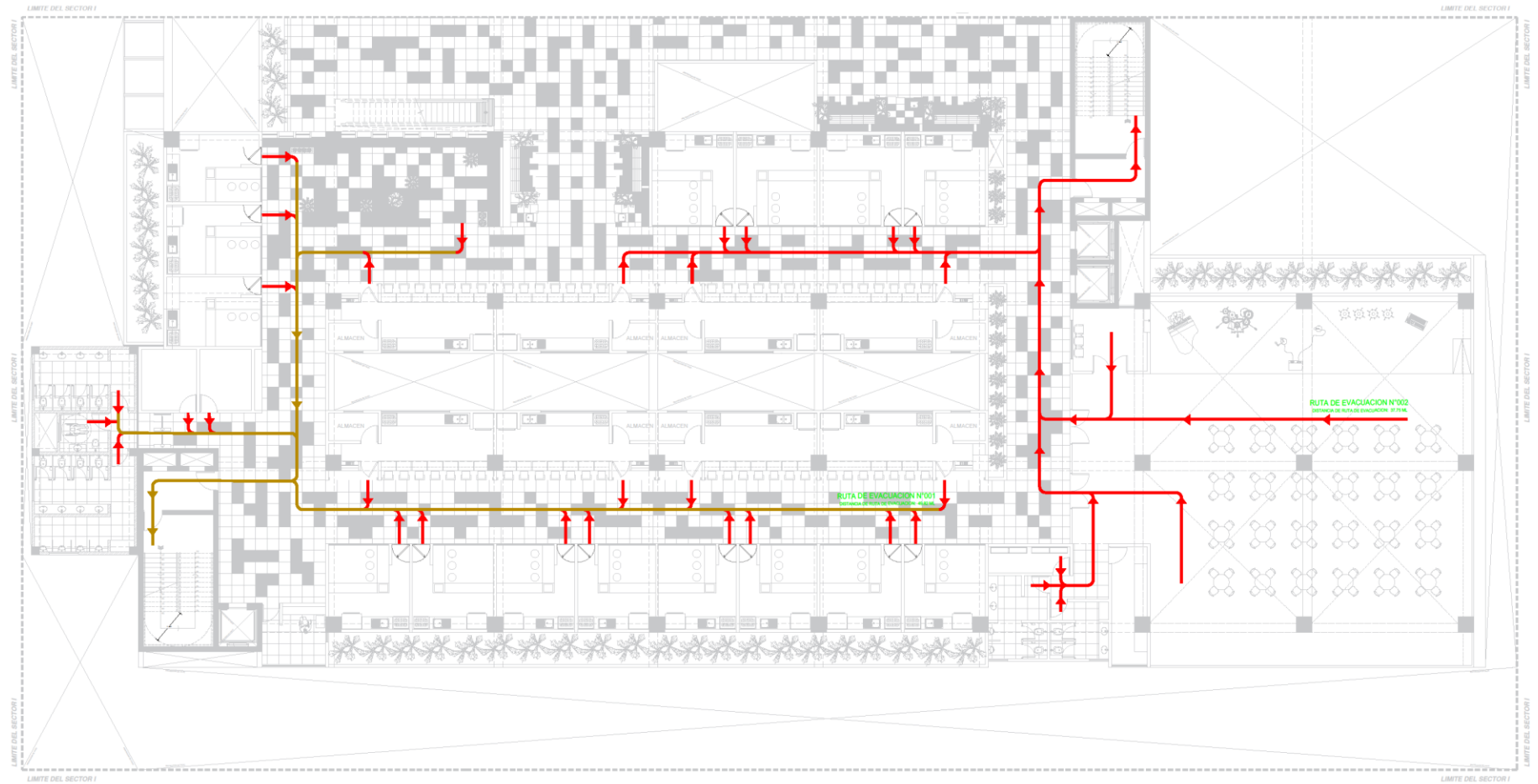
AFORO POR RUTA DE EVACUACION N° 009					
PISO	AMBIENTE	ÁREA	COEFICIENTE	CANTIDAD	AFORO
1 PISO	AREA FINANCIERA	-	5.0 m2/persona	1	34

FUENTE: CENEPRD

FUENTE: CENEPRD
SECTOR I
 PROYECTO DE SEGURIDAD
 PLANO DE EVACUACION-PRIMER PISO
 ESC 1/75

<p>UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO</p>	TÍTULO DE PROYECTO: MERCADO DE ABASTOS COMO DINAMIZADOR DEL TURISMO GASTRONÓMICO EN LIMA METROPOLITANA, S.O.19 SABO MERCADO NRO 2, BARRANCO		DEPARTAMENTO: LIMA
	TÍTULO DE PROYECTO: CENTRO GASTRONÓMICO CULTURAL		DEPARTAMENTO: LIMA PROVINCIAS: BARRANCO
FACULTAD DE ARQUITECTURA ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA	DEPARTAMENTO: LIMA PROVINCIAS: BARRANCO	TÍTULO DE PROYECTO: PLAN DE EVACUACION DEPARTAMENTO: LIMA PROVINCIAS: BARRANCO	AUTOR: JOSE LUIS VESPAZ HOLS FECHA: JUNIO 2020 PROYECTO: AD
	ESCALA: 1/75 FECHA: JUNIO 2020 PROYECTO: AD	TÍTULO DE PROYECTO: PLAN DE EVACUACION DEPARTAMENTO: LIMA PROVINCIAS: BARRANCO	AUTOR: JOSE LUIS VESPAZ HOLS FECHA: JUNIO 2020 PROYECTO: AD

S-04



AFORO POR RUTA DE EVACUACION N° 001

PISO	AMBIENTE	ÁREA	COEFICIENTE	CANTIDAD	AFORO
2 PISO	AREA DE#Puest.GASTRONOMIA	-	2.0 m2/persona	11	44
	AREA DE#Puest.GASTRONOMIA	-	2.0 m2/persona	5	40
	CUARTOS DE MANTENIMIENTO	8.8771	8.94 m2/persona	1	1
	CUARTO DE DEPOSITO	8.8771	8.94 m2/persona	1	1
	AREA SOCIAL	43.8734	9.0 m2/persona	1	4

FUENTE: CENEPRED

AFORO POR RUTA DE EVACUACION N° 002

PISO	AMBIENTE	ÁREA	COEFICIENTE	CANTIDAD	AFORO
2 PISO	AREA DE#Puest.GASTRONOMIA	-	2.0 m2/persona	4	16
	AREA DE#Puest.GASTRONOMIA	-	2.0 m2/persona	3	24
	PATIO DE COMIDAS	210.0229	2.5 m2/persona	1	84

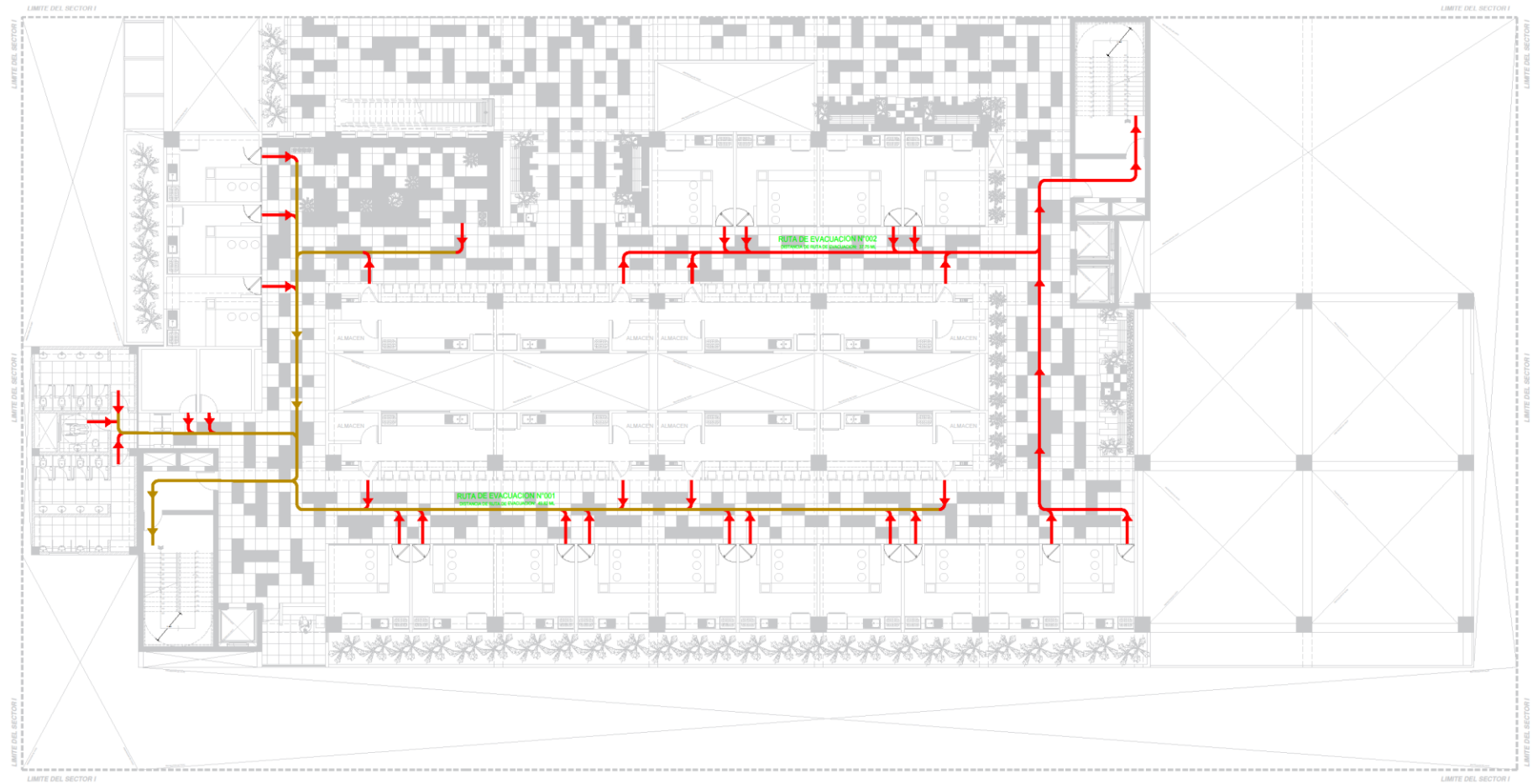
FUENTE: CENEPRED

SECTOR I

PROYECTO DE SEGURIDAD
PLANO DE EVACUACION-SEGUNDO PISO
ESC 1/75

<p>UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO</p>	<p>TÍTULO DE PROYECTO: MERCADO DE ABASTOS COMO DINAMIZADOR DEL TURISMO GASTRONÓMICO EN LIMA METROPOLITANA, DEL SABI MERCADO NRO 2, BARRANCO</p>		<p>SEGURIDAD</p>
	<p>TÍTULO DE PROYECTO: CENTRO GASTRONÓMICO CULTURAL</p>		<p>PLANO DE EVACUACION</p>
<p>FACULTAD DE ARQUITECTURA ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA</p>	<p>PROFESOR: DEPARTAMENTO: LIMA LIMA PROFESOR: DISTRITO: BARRANCO</p>	<p>PROFESOR: ASISTENTE: SEGUNDO PISO</p>	<p>FECHA: 1/75 AÑO: 2020 PROYECTO: AD</p>
<p>SECTOR I</p>	<p>FECHA: 1/75 AÑO: 2020 PROYECTO: AD</p>		<p>ESCALA: 1/75 AÑO: 2020 PROYECTO: AD</p>
	<p>FECHA: 1/75 AÑO: 2020 PROYECTO: AD</p>		<p>ESCALA: 1/75 AÑO: 2020 PROYECTO: AD</p>

S-05



AFORO POR RUTA DE EVACUACION N° 001

PISO	AMBIENTE	ÁREA	COEFICIENTE	CANTIDAD	AFORO
3 PISO	AREA DE#Puest.GASTRONOMIA	-	2.0 m2/persona	11	44
	AREA DE#Puest.GASTRONOMIA	-	2.0 m2/persona	5	40
	CUARTOS DE MANTENIMIENTO	8.8771	8.94 m2/persona	1	1
	CUARTO DE DEPOSITO	8.8771	8.94 m2/persona	1	1
	AREA SOCIAL	43.8734	9.0 m2/persona	1	4

FUENTE: CENEPRED

AFORO POR RUTA DE EVACUACION N° 002

PISO	AMBIENTE	ÁREA	COEFICIENTE	CANTIDAD	AFORO
3 PISO	AREA DE#Puest.GASTRONOMIA	-	2.0 m2/persona	6	24
	AREA DE#Puest.GASTRONOMIA	-	2.0 m2/persona	3	24

FUENTE: CENEPRED

SECTOR I

PROYECTO DE SEGURIDAD
PLANO DE EVACUACION-TERCER PISO
ESC 1/75

<p>UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO</p>	<p>TÍTULO DE PROYECTO: MERCADO DE ABASTOS COMO DINAMIZADOR DEL TURISMO GASTRONÓMICO EN LIMA METROPOLITANA, S19 SABO MERCADO NRO 2, BARRANCO</p>		<p>ESPESIFICACION: SEGURIDAD</p>
	<p>TÍTULO DE PROYECTO: CENTRO GASTRONÓMICO CULTURAL</p>		<p>PLANO DE EVACUACION</p>
<p>FACULTAD DE ARQUITECTURA ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA</p>	<p>PROFESOR: DEPARTAMENTO: LIMA LIMA PROFESOR: BARRANCO</p>	<p>ESPESIFICACION: TERCER PISO</p>	<p>FECHA: 2020</p>
<p>SECTOR I</p>	<p>FECHA: 2020</p>	<p>FECHA: 2020</p>	<p>FECHA: 2020</p>
	<p>PROFESOR: AD</p>	<p>PROFESOR: AD</p>	<p>PROFESOR: AD</p>



AFORO POR RUTA DE EVACUACION N° 001

PISO	AMBIENTE	ÁREA	COEFICIENTE	CANTIDAD	AFORO
4 PISO	SALON DE BAILE	61.0857	8.80 m2/persona	2	12
	SALON DE MUSICA	58.9751	10 m2/persona	2	10
	SALA DE EXPOSICION 01	95.2500	3.0 m2/persona	1	31
	CUARTOS DE MANTENIMIENTO	15.8912	8.94 m2/persona	1	1
	CUARTO DE DEPOSITO	9.3870	8.94 m2/persona	1	1

FUENTE: CENEPRED

AFORO POR RUTA DE EVACUACION N° 002

PISO	AMBIENTE	ÁREA	COEFICIENTE	CANTIDAD	AFORO
4 PISO	COCINA	61.0857	4.0 m2/persona	1	15
	PATIO DE COMIDAS	168.849	2.5 m2/persona	1	67
	SALA DE EXPOSICION 02	95.2500	3.0 m2/persona	1	31
	CUARTOS DE VIGILANCIA	22.3814	8.94 m2/persona	1	2
	ALMACEN	14.6405	9.0 m2/persona	1	1

FUENTE: CENEPRED

SECTOR I

PROYECTO DE SEGURIDAD
PLANO DE EVACUACION-CUARTO PISO
ESC 1/75

<p>UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO</p>	<p>TÍTULO DE PROYECTO: MERCADO DE ABASTOS COMO DINAMIZADOR DEL TURISMO GASTRONÓMICO EN LIMA METROPOLITANA, S.O.S. SABOR MERCADO NRO 2, BARRANCO</p>		<p>ESPESIFICACIÓN: SEGURIDAD</p>
	<p>TÍTULO DE PROYECTO: CENTRO GASTRONÓMICO CULTURAL</p>		<p>FOLIO: PLANO DE EVACUACION</p>
<p>FACULTAD DE ARQUITECTURA ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA</p>	<p>PROYECTISTA: DEPARTAMENTO: PROFESIONAL: DISTRITO:</p>	<p>LIMA LIMA BARRANCO</p>	<p>PROYECTO: CUARTO PISO</p>
<p>SECTOR I ARQUITECTURA</p>	<p>TRABAJA POR: ING. GERMÁN BAQUERO PROF. ING. JOSÉ LUIS VESPAZ SOTO CALLE SANCHEZ</p>	<p>PROYECTISTA: ING. JOSE LUIS VESPAZ SOTO</p>	<p>ESCALA: 1/75 BOB DE LAMINA: FECHA: JUNIO 2020 PROYECTO: AD</p>
			<p>S-07</p>

Planos de evacuación – SECTOR 2



AFORO POR RUTA DE EVACUACION N° 006					
PISO	AMBIENTE	ÁREA	COEFICIENTE	CANTIDAD	AFORO
SOTANO 3	ESTACIONAMIENTO	-	1 Est. /persona	15	15

FUENTE: CENEPRD

SECTOR II

PROYECTO DE SEGURIDAD
 PLANO DE EVACUACION-SOTANO 03
 ESC: 1/75

<p>UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO</p> <p>FACULTAD DE ARQUITECTURA</p> <p>ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA</p>	<p>TÍTULO DE PROYECTO: IDENTIFICACIÓN</p> <p>ORGANISMO: MERCADO DE ABASTECIMIENTO SINALAGUADO DEL CENTRO BARRIOBARRIO CULTURAL</p> <p>PROYECTO: PLAN DE EVACUACION</p>	<p>SECCION: SEGURIDAD</p> <p>PLANO: PLAN DE EVACUACION</p>
	<p>PROFESOR: LUIS VARELA</p> <p>PROFESORA: LUIS VARELA</p> <p>PROFESOR: JORGE SOTO</p>	<p>SECCION: SEGURIDAD</p> <p>PLANO: PLAN DE EVACUACION</p>
	<p>PROFESOR: JORGE SOTO</p> <p>PROFESORA: LUIS VARELA</p> <p>PROFESOR: JORGE SOTO</p>	<p>SECCION: SEGURIDAD</p> <p>PLANO: PLAN DE EVACUACION</p>
	<p>PROFESOR: JORGE SOTO</p> <p>PROFESORA: LUIS VARELA</p> <p>PROFESOR: JORGE SOTO</p>	<p>SECCION: SEGURIDAD</p> <p>PLANO: PLAN DE EVACUACION</p>
<p>SECTOR II</p>	<p>PROFESOR: JORGE SOTO</p> <p>PROFESORA: LUIS VARELA</p> <p>PROFESOR: JORGE SOTO</p>	<p>SECCION: SEGURIDAD</p> <p>PLANO: PLAN DE EVACUACION</p> <p>ESCALA: 1/75</p> <p>FECHA: 2020</p> <p>PROFESOR: AD</p> <p>S-08</p>



AFORO POR RUTA DE EVACUACION N° 006					
PISO	AMBIENTE	ÁREA	COEFICIENTE	CANTIDAD	AFORO
SOTANO 2	ESTACIONAMIENTO	-	1 Est. /persona	10	10

FUENTE: CENEPRD

SECTOR II

PROYECTO DE SEGURIDAD
 PLANO DE EVACUACION-SOTANO 02
 ESC 1/75

 UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO	TÍTULO DE PROYECTO INVESTIGACIÓN: MERCADO DE ABASTOS COMO DINAMIZADOR DEL TURISMO GASTRONÓMICO EN LIMA METROPOLITANA, S.O.19 CABI MERCADO HNO 2, BARRANCO		ESPECIALIDAD: SEGURIDAD
	TÍTULO DE PROYECTO INVESTIGACIÓN: CENTRO GASTRONÓMICO CULTURAL		PLAN: PLANO DE EVACUACION
FACULTAD DE ARQUITECTURA ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA	UBICACIÓN: DEPARTAMENTO : LIMA PROVINCIA : LIMA DISTRITO : BARRANCO	AUTOR: SOTANO 02	
SECTOR II SUBSECTOR INVESTIGACIÓN	TÍTULO DE PROYECTO INVESTIGACIÓN: SECTOR II		AUTOR: ING. JORGE LUIS VEGAS HOLS
	TÍTULO DE PROYECTO INVESTIGACIÓN: SECTOR II		BOBO DE LÁMINA: 1/75
	TÍTULO DE PROYECTO INVESTIGACIÓN: SECTOR II		FECHA: NOVIEMBRE 2020
	TÍTULO DE PROYECTO INVESTIGACIÓN: SECTOR II		PROYECTADO: AD

S-09



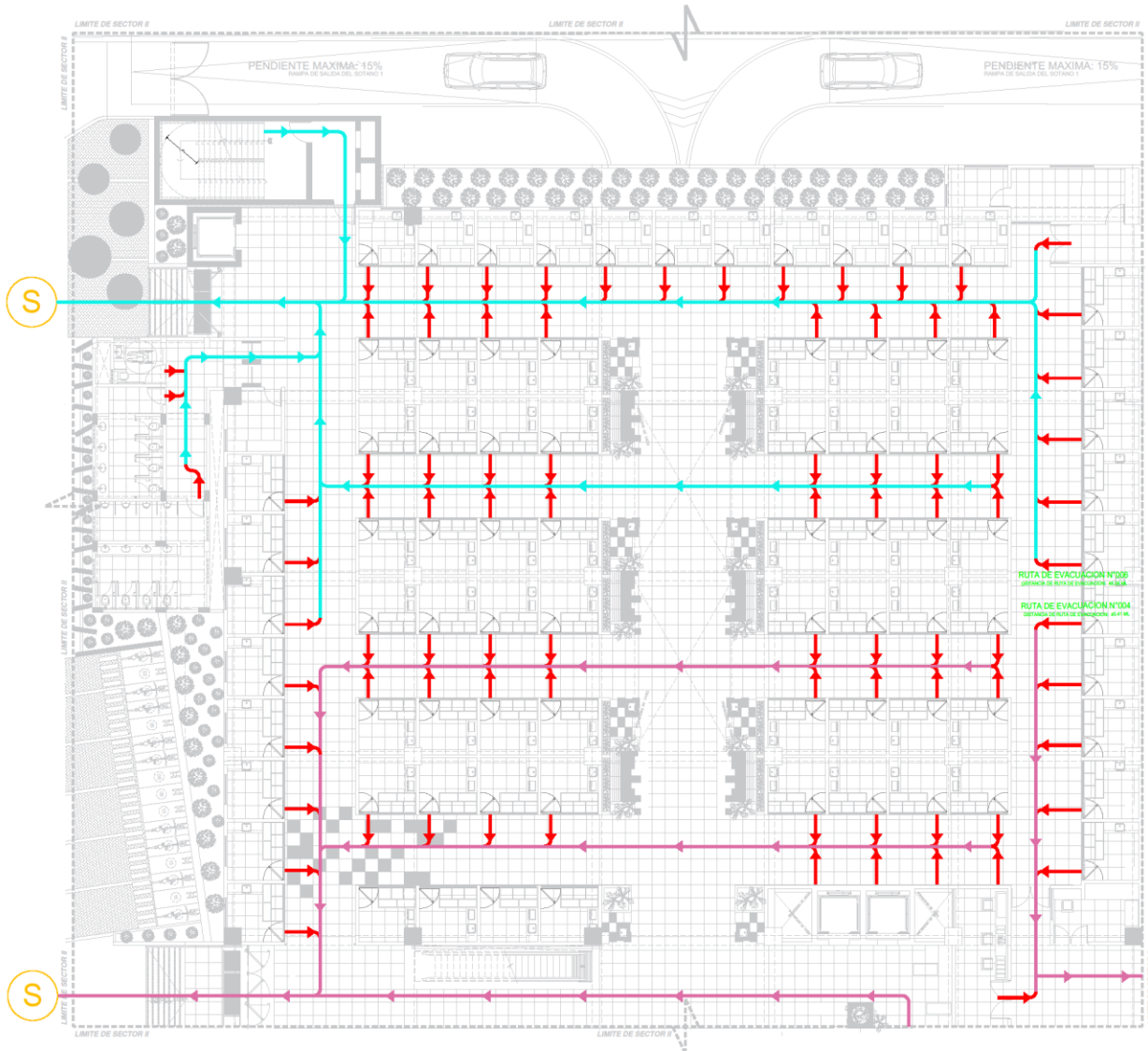
AFORO POR RUTA DE EVACUACION N° 006					
PISO	AMBIENTE	ÁREA	COEFICIENTE	CANTIDAD	AFORO
SOTANO 1	ESTACIONAMIENTO DISCAP.	-	1 Est. /persona	8	8

FUENTE: CENEPRD

SECTOR II

PROYECTO DE SEGURIDAD
 PLANO DE EVACUACION-SOTANO 01
 ESC 1/75

<p>UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO</p>	<p>TÍTULO DE PROYECTO: MERCADO DE ABASTOS COMO DINAMIZADOR DEL TURISMO GASTRONÓMICO EN LIMA METROPOLITANA, SS-19 SABI MERCADO HRD 2, BARRANCO</p>		<p>ESPESIFICACIÓN: SEGURIDAD</p>
	<p>TÍTULO DE PROYECTO: CENTRO GASTRONÓMICO CULTURAL</p>		<p>PLANO: PLANO DE EVACUACION</p>
<p>FACULTAD DE ARQUITECTURA</p> <p>ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA</p>	<p>PROFESOR: LIMA LIMA</p> <p>DEPARTAMENTO: BARRANCO</p>	<p>ESTUDIANTE: SOTANO 01</p>	<p>FECHA: 2020</p> <p>PROFESOR: AD</p>
<p>SECTOR II</p>	<p>FECHA DE APROBACIÓN: 2020</p> <p>PROFESOR: JOSE LUIS VESPAZ HOLA</p>		<p>ESCALA: 1/75</p> <p>BOLETA: S-10</p>
	<p>FECHA: 2020</p> <p>PROFESOR: AD</p>		<p>BOLETA: S-10</p>



	RUTA	DISTANCIA DE RECORRIDO	TIEMPO DE EVACUACIÓN
	RUTA N°1	62.05 metros	4minutos 12segundos
	RUTA N°2	53.58 metros	3 minutos
	RUTA N°3	32.41 metros	1minutos 53segundos
	RUTA N°4	45.41 metros	2 minutos
	RUTA N°5	47.41 metros	1minutos 52segundos
	RUTA N°6	48.38 metros	2minutos 8segundos
	RUTA N°7	29.59 metros	2minutos 17segundos
	RUTA N°8	24.58 metros	1minutos 53segundos
	RUTA N°9	24.58 metros	1minutos 53segundos

FUENTE: ELABORACION PROPIA

	RUTA	AFORO
	RUTA N°1	413 personas
	RUTA N°2	381 personas
	RUTA N°3	96 personas
	RUTA N°4	150 personas
	RUTA N°5	89 personas
	RUTA N°6	223 personas
	RUTA N°7	137 personas
	RUTA N°8	34 personas
	RUTA N°9	34 personas

TOTAL DE AFORO 1,557 personas
FUENTE: ELABORACION PROPIA

AFORO POR RUTA DE EVACUACION N° 004					
PISO	AMBIENTE	ÁREA	COEFICIENTE	CANTIDAD	AFORO
1 PISO	AREA DE VENTA MERCADO	-	2.0 m2/persona	23	46

FUENTE: CENEPRED

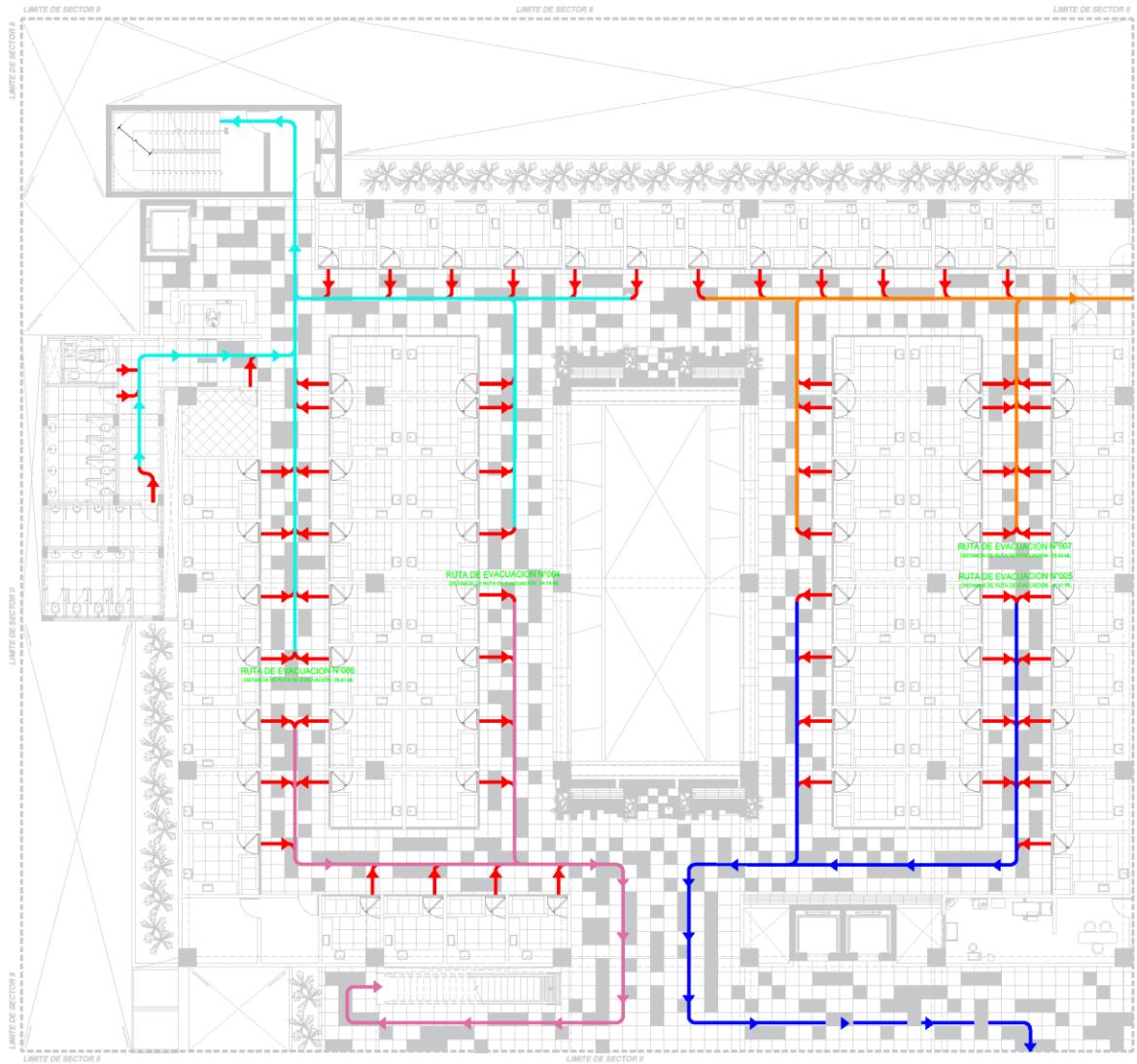
AFORO POR RUTA DE EVACUACION N° 006					
PISO	AMBIENTE	ÁREA	COEFICIENTE	CANTIDAD	AFORO
1 PISO	AREA DE VENTA MERCADO	-	2.0 m2/persona	33	66

FUENTE: CENEPRED

SECTOR II

PROYECTO DE SEGURIDAD
PLANO DE EVACUACION-PRIMER PISO
ESC 1/75

 UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO	TÍTULO DE PROYECTO: MERCADO DE ABASTOS COMO DINAMIZADOR DEL TURISMO GASTRONÓMICO EN LIMA METROPOLITANA, SO-19 CABO MERCADO NRO 2, BARRANCO		ESPECIALIDAD: SEGURIDAD	
	TÍTULO DE PROYECTO: CENTRO GASTRONÓMICO CULTURAL		PLAN DE EVACUACION	
FACULTAD DE ARQUITECTURA ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA	DEPARTAMENTO: LIMA PROVINCIA: LIMA DISTRITO: BARRANCO	ESPECIALIDAD: SEGURIDAD PLAN DE EVACUACION	PLAN DE EVACUACION PRIMER PISO	
SECTOR II PLAN DE EVACUACION	TÍTULO DE PROYECTO: MERCADO DE ABASTOS COMO DINAMIZADOR DEL TURISMO GASTRONÓMICO EN LIMA METROPOLITANA, SO-19 CABO MERCADO NRO 2, BARRANCO	TÍTULO DE PROYECTO: CENTRO GASTRONÓMICO CULTURAL	TÍTULO DE PROYECTO: MERCADO DE ABASTOS COMO DINAMIZADOR DEL TURISMO GASTRONÓMICO EN LIMA METROPOLITANA, SO-19 CABO MERCADO NRO 2, BARRANCO	
	AUTOR: ING. EDUARDO BAQUERO RESPONSABLE: ING. EDUARDO BAQUERO	AUTOR: ING. EDUARDO BAQUERO RESPONSABLE: ING. EDUARDO BAQUERO	AUTOR: ING. EDUARDO BAQUERO RESPONSABLE: ING. EDUARDO BAQUERO	AUTOR: ING. EDUARDO BAQUERO RESPONSABLE: ING. EDUARDO BAQUERO
	FECHA: 2020	FECHA: 2020	FECHA: 2020	FECHA: 2020
ESCALA: 1/75	ESCALA: 1/75	ESCALA: 1/75	ESCALA: 1/75	
PROYECTO: AD	PROYECTO: AD	PROYECTO: AD	PROYECTO: AD	



AFORO POR RUTA DE EVACUACION N° 004

PISO	AMBIENTE	ÁREA	COEFICIENTE	CANTIDAD	AFORO
2 PISO	AREA DE VENTA MERCADO	-	2.0 m2/persona	13	26

FUENTE: CENEPRED

AFORO POR RUTA DE EVACUACION N° 005

PISO	AMBIENTE	ÁREA	COEFICIENTE	CANTIDAD	AFORO
2 PISO	AREA DE VENTA MERCADO	-	2.0 m2/persona	13	26

FUENTE: CENEPRED

AFORO POR RUTA DE EVACUACION N° 006

PISO	AMBIENTE	ÁREA	COEFICIENTE	CANTIDAD	AFORO
2 PISO	AREA DE VENTA MERCADO	-	2.0 m2/persona	20	40

FUENTE: CENEPRED

AFORO POR RUTA DE EVACUACION N° 007

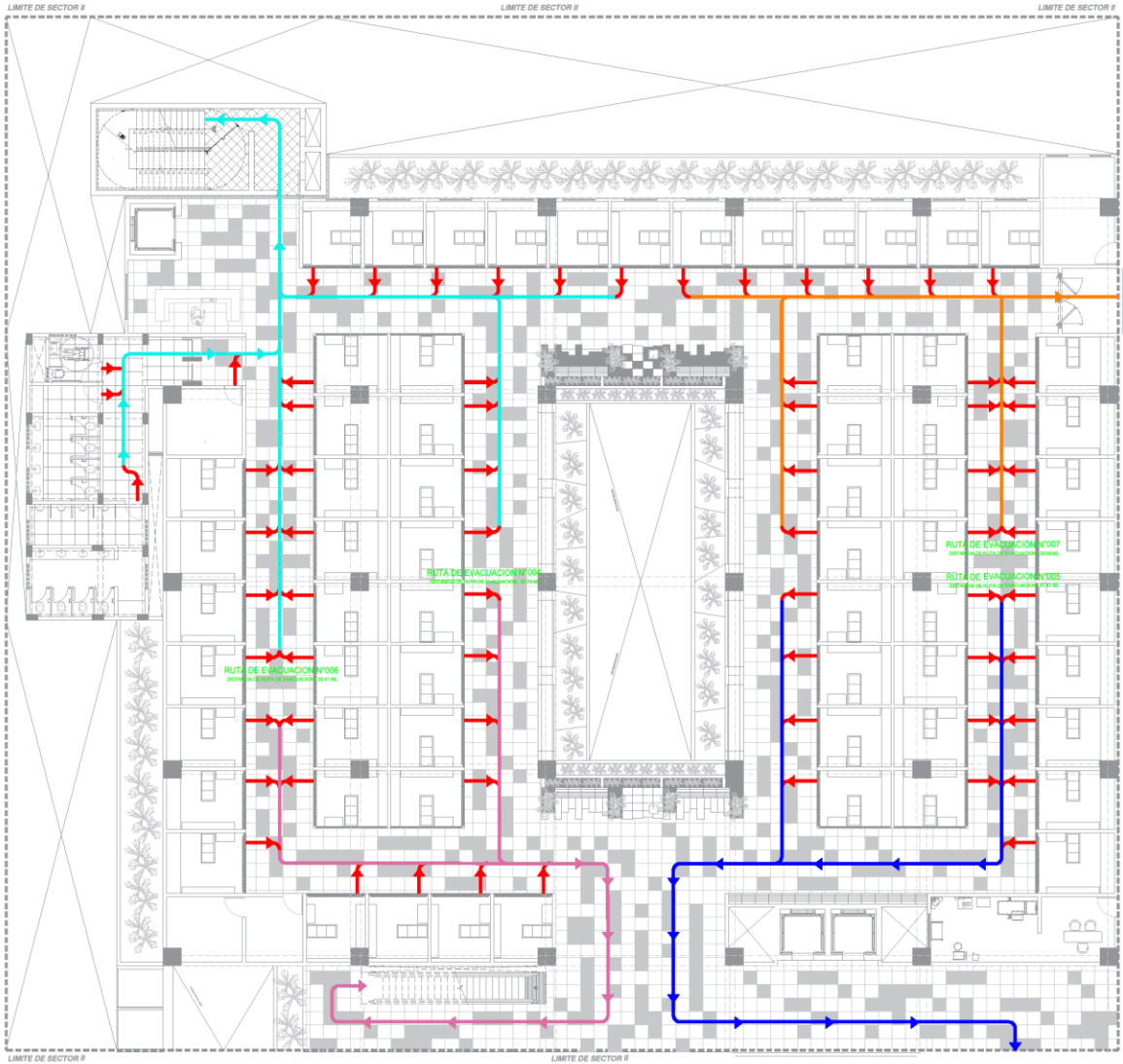
PISO	AMBIENTE	ÁREA	COEFICIENTE	CANTIDAD	AFORO
2 PISO	AREA DE VENTA MERCADO	-	2.0 m2/persona	18	36

FUENTE: CENEPRED

SECTOR II

PROYECTO DE SEGURIDAD
PLANO DE EVACUACION-SEGUNDO PISO
ESC 1/75

<p>UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO</p>	<p>TÍTULO DE PROYECTO: MERCADO DE ABASTOS COMO DINAMIZADOR DEL TURISMO GASTRONÓMICO EN LIMA METROPOLITANA, S.O.19 CABO MERCADO NRO 2, BARRANCO</p>	
	<p>TÍTULO DE PROYECTO: CENTRO GASTRONÓMICO CULTURAL</p>	<p>ESPECIALIDAD: SEGURIDAD</p>
<p>FACULTAD DE ARQUITECTURA ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA</p>	<p>PROFESOR: LUIS LIMA DEPARTAMENTO: LIMA PROFESIONAL: BARRANCO</p>	<p>FECHA: 2020 PROFESOR: JOSE LUIS VESPAZ SOTO</p>
<p>SECTOR II</p>	<p>PLANO DE EVACUACION</p>	<p>ESCALA: 1/75</p>
	<p>SEGUNDO PISO</p>	<p>BOB DE LÁMINA: S-12</p>
	<p>PROFESOR: JOSE LUIS VESPAZ SOTO</p>	<p>BOB DE LÁMINA: S-12</p>



AFORO POR RUTA DE EVACUACION N° 004					
PISO	AMBIENTE	ÁREA	COEFICIENTE	CANTIDAD	AFORO
3 PISO	AREA DE VENTA MERCADO	-	2.0 m2/persona	13	26

FUENTE: CENEPRED

AFORO POR RUTA DE EVACUACION N° 005					
PISO	AMBIENTE	ÁREA	COEFICIENTE	CANTIDAD	AFORO
3 PISO	AREA DE VENTA MERCADO	-	2.0 m2/persona	13	26

FUENTE: CENEPRED

AFORO POR RUTA DE EVACUACION N° 006					
PISO	AMBIENTE	ÁREA	COEFICIENTE	CANTIDAD	AFORO
3 PISO	AREA DE VENTA MERCADO	-	2.0 m2/persona	20	40

FUENTE: CENEPRED

AFORO POR RUTA DE EVACUACION N° 007					
PISO	AMBIENTE	ÁREA	COEFICIENTE	CANTIDAD	AFORO
3 PISO	AREA DE VENTA MERCADO	-	2.0 m2/persona	18	36

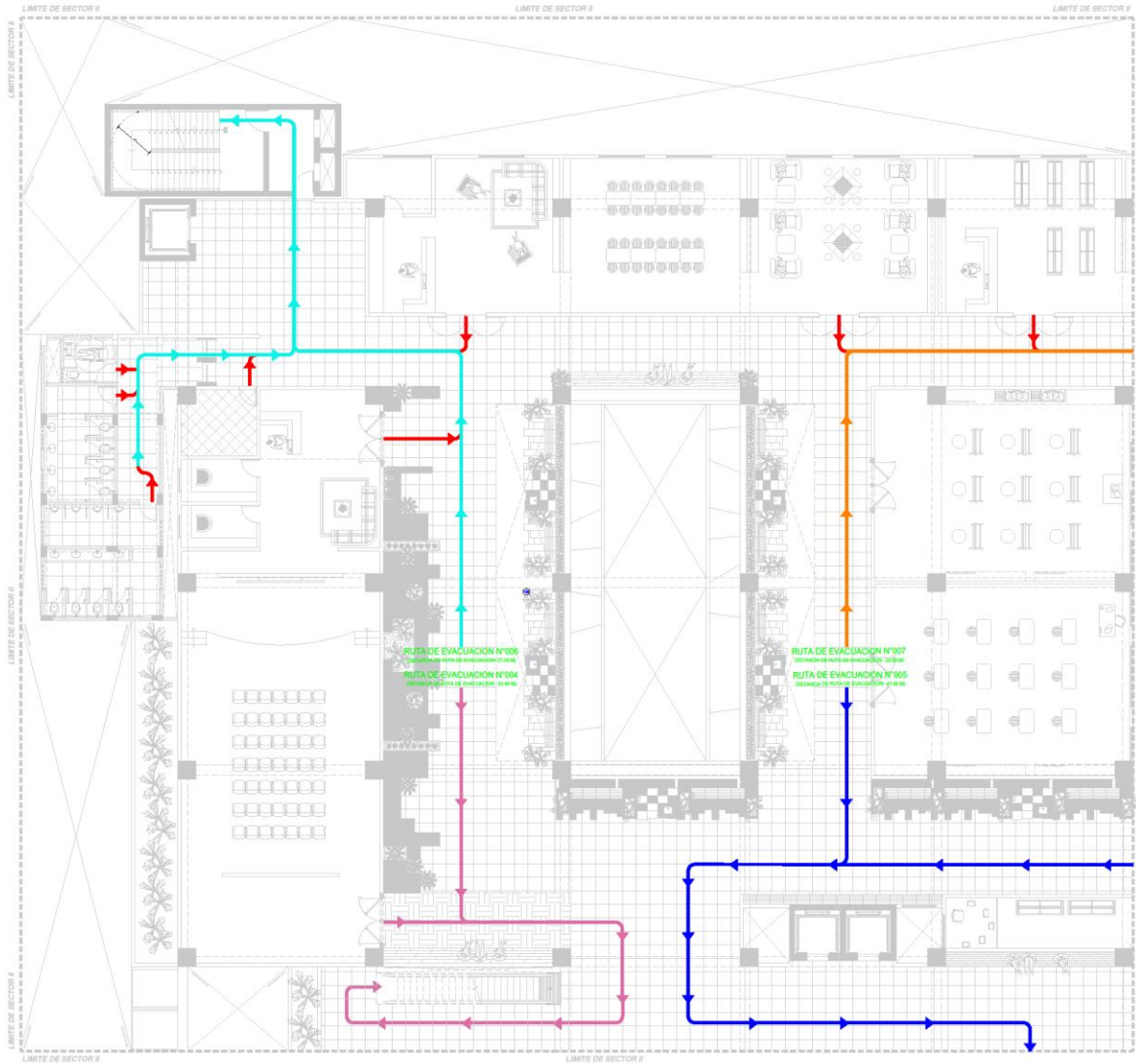
FUENTE: CENEPRED

SECTOR II

PROYECTO DE SEGURIDAD
 PLANO DE EVACUACION-TERCER PISO
 ESC 1/75

 UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO	TÍTULO DE PROYECTO: MERCADO DE ABASTOS COMO DINAMIZADOR DEL TURISMO GASTRONÓMICO EN LIMA METROPOLITANA, S.O.19 SABI MERCADO NRO 2, BARRANCO		INSTITUCIÓN: SEGURIDAD
	TÍTULO DE PROYECTO: CENTRO GASTRONÓMICO CULTURAL		PLANO: PLANO DE EVACUACION
FACULTAD DE ARQUITECTURA ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA	PROFESOR: LINA LIMA DISEÑO: BARRANCO	DEPARTAMENTO: LIMA REGION: BARRANCO	ETAPAS: SEGUNDA - TERCER PISO
SECTOR II DE ABASTOS CULTURAL	TÍTULO DE PROYECTO: MERCADO DE ABASTOS COMO DINAMIZADOR DEL TURISMO GASTRONÓMICO EN LIMA METROPOLITANA, S.O.19 SABI MERCADO NRO 2, BARRANCO		AUTOR: ING. EDUARDO BAQUERO REVISOR: ING. JUAN LUIS VESPA APROBADO: ING. JUAN LUIS VESPA
	TÍTULO DE PROYECTO: MERCADO DE ABASTOS COMO DINAMIZADOR DEL TURISMO GASTRONÓMICO EN LIMA METROPOLITANA, S.O.19 SABI MERCADO NRO 2, BARRANCO		AUTOR: ING. JOSE LUIS VESPA SOTO
	TÍTULO DE PROYECTO: MERCADO DE ABASTOS COMO DINAMIZADOR DEL TURISMO GASTRONÓMICO EN LIMA METROPOLITANA, S.O.19 SABI MERCADO NRO 2, BARRANCO		ESCALA: 1/75
	TÍTULO DE PROYECTO: MERCADO DE ABASTOS COMO DINAMIZADOR DEL TURISMO GASTRONÓMICO EN LIMA METROPOLITANA, S.O.19 SABI MERCADO NRO 2, BARRANCO		FECHA: JUNIO 2020 PROYECTO: AD

S-13



AFORO POR RUTA DE EVACUACION N° 004					
PISO	AMBIENTE	ÁREA	COEFICIENTE	CANTIDAD	AFORO
4 PISO	SALA MULTIUSOS	-	1 butaca x pers.	1	52

FUENTE: CENEPRED

AFORO POR RUTA DE EVACUACION N° 005					
PISO	AMBIENTE	ÁREA	COEFICIENTE	CANTIDAD	AFORO
4 PISO	SALA DE DIBUJO	94.3538	2.5 m2/persona	1	37

FUENTE: CENEPRED

AFORO POR RUTA DE EVACUACION N° 006					
PISO	AMBIENTE	ÁREA	COEFICIENTE	CANTIDAD	AFORO
4 PISO	SALA DE LECTURA	-	2.0 m2/persona	20	40
	ANTESALA DE SALA MULT.	-	-	-	4

FUENTE: CENEPRED

AFORO POR RUTA DE EVACUACION N° 007					
PISO	AMBIENTE	ÁREA	COEFICIENTE	CANTIDAD	AFORO
4 PISO	SALA DE PINTURA	94.3538	2.5 m2/persona	1	37
	SALA DE ADULTO MAYOR	55.3546	2.5 m2/persona	1	22
	AREA DE LIBROS	56.0661	9.5 m2/persona	1	6

FUENTE: CENEPRED

SECTOR II

PROYECTO DE SEGURIDAD
PLANO DE EVACUACION-CUARTO PISO
ESC 1/75

<p>UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO</p>	<p>TÍTULO DE PROYECTO: MERCADO DE ABASTOS COMO DINAMIZADOR DEL TURISMO GASTRONÓMICO EN LIMA METROPOLITANA, S.O.19 CABO MERCADO NRO 2, BARRANCO</p>		<p>ESPESIFICACION: SEGURIDAD</p>
	<p>TÍTULO DE PROYECTO: CENTRO GASTRONÓMICO CULTURAL</p>	<p>ESPESIFICACION: PLANO DE EVACUACION</p>	<p>ESPESIFICACION: CUARTO PISO</p>
<p>FACULTAD DE ARQUITECTURA</p> <p>ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA</p>	<p>PROYECTO: LIMA</p> <p>DEPARTAMENTO: LIMA</p> <p>PROVINCIA: BARRANCO</p> <p>DISTRITO: BARRANCO</p>	<p>TRABAJA POR: ING. GERMÁN BAQUERO</p> <p>PROFESOR: ING. JORGE LUIS VESPAZ BELLO</p>	<p>FECHA: 2020</p> <p>PROYECTO: AD</p>
<p>SECTOR II</p> <p>UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO</p>		<p>TRABAJA POR: ING. GERMÁN BAQUERO</p> <p>PROFESOR: ING. JORGE LUIS VESPAZ BELLO</p>	<p>FECHA: 2020</p> <p>PROYECTO: AD</p>

S-014

LÍMITE DEL SECTOR I

LÍMITE DEL SECTOR I



LÍMITE DEL SECTOR I

LÍMITE DEL SECTOR I

LEYENDA (Definida de seguridad Norma Técnica Planeta, SMOBOS S)	
1. SINALIZACIÓN DE EMERGENCIAS	4. OBRAS/FACTORES
5. SINALIZACIÓN DE PELIGRO (señales de advertencia)	14. PUNTO DE REUNIÓN DE EMERGENCIAS
6. SINALIZACIÓN DE PELIGRO (señales de prohibición)	15. EQUIPOS CONTRA INCENDIOS
7. SINALIZACIÓN DE PELIGRO (señales de prohibición)	16. SECTORES DE PELIGRO (señales de prohibición)
8. SINALIZACIÓN DE PELIGRO (señales de prohibición)	17. SINALIZACIÓN DE PELIGRO (señales de prohibición)
9. SINALIZACIÓN DE PELIGRO (señales de prohibición)	18. SINALIZACIÓN DE PELIGRO (señales de prohibición)
10. SINALIZACIÓN DE PELIGRO (señales de prohibición)	19. SINALIZACIÓN DE PELIGRO (señales de prohibición)
11. SINALIZACIÓN DE PELIGRO (señales de prohibición)	20. SINALIZACIÓN DE PELIGRO (señales de prohibición)
12. SINALIZACIÓN DE PELIGRO (señales de prohibición)	21. SINALIZACIÓN DE PELIGRO (señales de prohibición)
13. SINALIZACIÓN DE PELIGRO (señales de prohibición)	22. SINALIZACIÓN DE PELIGRO (señales de prohibición)
14. SINALIZACIÓN DE PELIGRO (señales de prohibición)	23. SINALIZACIÓN DE PELIGRO (señales de prohibición)
15. SINALIZACIÓN DE PELIGRO (señales de prohibición)	24. SINALIZACIÓN DE PELIGRO (señales de prohibición)
16. SINALIZACIÓN DE PELIGRO (señales de prohibición)	25. SINALIZACIÓN DE PELIGRO (señales de prohibición)
17. SINALIZACIÓN DE PELIGRO (señales de prohibición)	26. SINALIZACIÓN DE PELIGRO (señales de prohibición)
18. SINALIZACIÓN DE PELIGRO (señales de prohibición)	27. SINALIZACIÓN DE PELIGRO (señales de prohibición)
19. SINALIZACIÓN DE PELIGRO (señales de prohibición)	28. SINALIZACIÓN DE PELIGRO (señales de prohibición)
20. SINALIZACIÓN DE PELIGRO (señales de prohibición)	29. SINALIZACIÓN DE PELIGRO (señales de prohibición)
21. SINALIZACIÓN DE PELIGRO (señales de prohibición)	30. SINALIZACIÓN DE PELIGRO (señales de prohibición)
22. SINALIZACIÓN DE PELIGRO (señales de prohibición)	31. SINALIZACIÓN DE PELIGRO (señales de prohibición)
23. SINALIZACIÓN DE PELIGRO (señales de prohibición)	32. SINALIZACIÓN DE PELIGRO (señales de prohibición)
24. SINALIZACIÓN DE PELIGRO (señales de prohibición)	33. SINALIZACIÓN DE PELIGRO (señales de prohibición)
25. SINALIZACIÓN DE PELIGRO (señales de prohibición)	34. SINALIZACIÓN DE PELIGRO (señales de prohibición)
26. SINALIZACIÓN DE PELIGRO (señales de prohibición)	35. SINALIZACIÓN DE PELIGRO (señales de prohibición)
27. SINALIZACIÓN DE PELIGRO (señales de prohibición)	36. SINALIZACIÓN DE PELIGRO (señales de prohibición)
28. SINALIZACIÓN DE PELIGRO (señales de prohibición)	37. SINALIZACIÓN DE PELIGRO (señales de prohibición)
29. SINALIZACIÓN DE PELIGRO (señales de prohibición)	38. SINALIZACIÓN DE PELIGRO (señales de prohibición)

NOTAS - OBSERVACIONES

- En el sistema de seguridad antes descrito se eliminaron, a la norma de seguridad vigente, los equipos de señalización para control de tráfico vehicular.
- Para el estudio de los datos de campo el S.M.C. Norma A-202, se aplicó para el caso de los vehículos con matrícula E-2, ubicado en el plan de la ubicación de campo, el sistema de señalización, que se aplicó en los datos de campo en los lugares indicados para hacer referencia a la misma señalización que se aplicó en el sistema de campo. Este es el caso que el sistema que se aplicó en el sistema de campo de señalización se aplicó y se aplicó en el sistema de campo de señalización. El sistema de los datos de campo se aplicó en el sistema de campo de señalización y se aplicó en el sistema de campo de señalización.
- La señalización se aplicó en el sistema de campo de señalización y se aplicó en el sistema de campo de señalización.
- La señalización se aplicó en el sistema de campo de señalización y se aplicó en el sistema de campo de señalización.
- La señalización se aplicó en el sistema de campo de señalización y se aplicó en el sistema de campo de señalización.

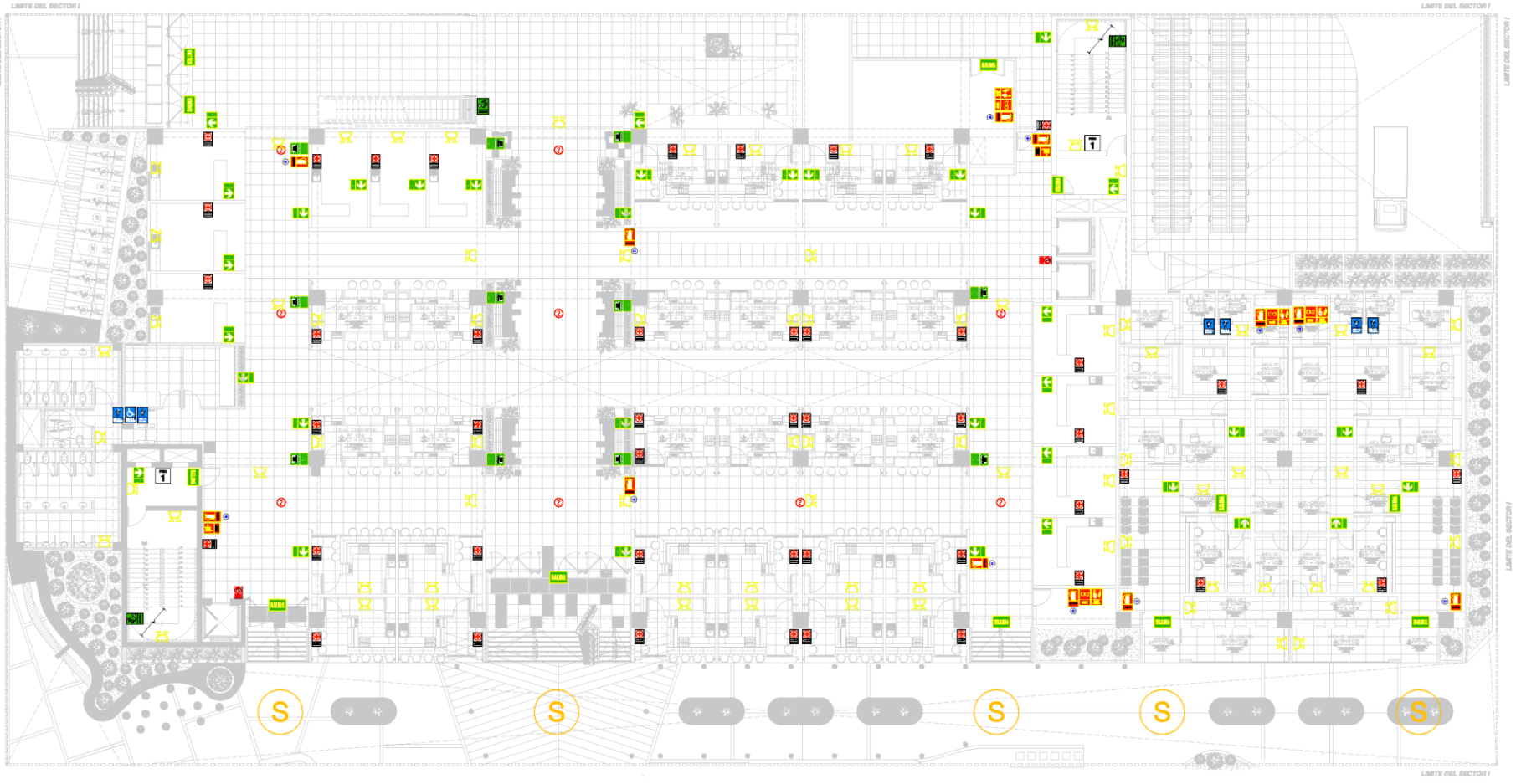
RECOMENDACIONES DE PLANTACIÓN DE SEÑALES

- Las señales de seguridad deben ser colocadas en el sistema de seguridad de campo de señalización, como en el caso de campo de señalización, como en el caso de campo de señalización.
- Las señales de seguridad deben ser colocadas en el sistema de seguridad de campo de señalización, como en el caso de campo de señalización, como en el caso de campo de señalización.
- Las señales de seguridad deben ser colocadas en el sistema de seguridad de campo de señalización, como en el caso de campo de señalización, como en el caso de campo de señalización.
- Las señales de seguridad deben ser colocadas en el sistema de seguridad de campo de señalización, como en el caso de campo de señalización, como en el caso de campo de señalización.
- Las señales de seguridad deben ser colocadas en el sistema de seguridad de campo de señalización, como en el caso de campo de señalización, como en el caso de campo de señalización.



<p>UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO FACULTAD DE INGENIERÍA ESCUELA DE INGENIERÍA DE ARQUITECTURA</p>	<p>TÍTULO DE PROYECTO (CONTRATANTE):</p> <p>MENSAJE DE ABASTOS COMO DINAMIZADOR DEL TURISMO GASTRONÓMICO EN LIMA METROPOLITANA, S.O.S. BARRIO MENADO N.º 8, BARRIO</p>	<p>PROYECTADO POR:</p> <p>GENRO GASTRONÓMICO CULTURAL</p>	<p>SECCIONADO POR:</p> <p>SEGURIDAD</p>	
	<p>PROYECTADO POR:</p> <p>DEPARTAMENTO DE PROYECTOS DE INGENIERÍA DE ARQUITECTURA</p>	<p>PROYECTADO POR:</p> <p>LIMA LIMA BARRIO MENADO</p>	<p>PROYECTADO POR:</p> <p>PROYECTO BOTANICOS</p>	<p>PROYECTADO POR:</p> <p>PROYECTO BOTANICOS</p>
	<p>PROYECTADO POR:</p> <p>PROYECTO BOTANICOS</p>	<p>PROYECTADO POR:</p> <p>PROYECTO BOTANICOS</p>	<p>PROYECTADO POR:</p> <p>PROYECTO BOTANICOS</p>	<p>PROYECTADO POR:</p> <p>PROYECTO BOTANICOS</p>
	<p>PROYECTADO POR:</p> <p>PROYECTO BOTANICOS</p>	<p>PROYECTADO POR:</p> <p>PROYECTO BOTANICOS</p>	<p>PROYECTADO POR:</p> <p>PROYECTO BOTANICOS</p>	<p>PROYECTADO POR:</p> <p>PROYECTO BOTANICOS</p>

LÍMITE DEL SECTOR I



SECTOR I

PROYECTO DE SEGURIDAD
PLANO DE SEÑALÉTICA-PRIMER PISO
KBC 1/75

LEYENDA: (Definida de seguridad Norma Técnica Peruana: SIMBOL 1)		
INDICADOR DE EMERGENCIAS	A. OBSTACULIZADORES Mostrar si tiene señal visible/obscuro	14. PUNTO DE REUNIÓN DE CASO DE EMERGENCIA
1. SALIDA (Primario) Mostrar si tiene señal visible/obscuro	4. PASO DE PEDE Mostrar si tiene señal visible/obscuro	15. EQUIPOS CONTRA INCENDIOS - Detectores
2. PASADIZO DE SALIDA Mostrar si tiene señal visible/obscuro	8. PISO DE SUB Mostrar si tiene señal visible/obscuro	16. DETECTOR DE FUEGO (Primario) Indicador visible y/o no visible
3. TUBA DE RESERVUOS AUTÓNOMA EN CASO DE EMERGENCIA Mostrar si tiene señal visible/obscuro	11. EQUIPOS DE LAMINACIÓN - Equipos de laminación	17. CUARTOS DE FUMOS Mostrar si tiene señal visible/obscuro
4. BARRERA ELÉCTRICA Mostrar si tiene señal visible/obscuro	11. EQUIPOS DE LAMINACIÓN - Equipos de laminación	17. CUARTOS DE FUMOS Mostrar si tiene señal visible/obscuro
5. SALIDA RESERVA (Primario) Mostrar si tiene señal visible/obscuro	11. EQUIPOS DE LAMINACIÓN - Equipos de laminación	17. CUARTOS DE FUMOS Mostrar si tiene señal visible/obscuro
6. ACCESO DE SALIDA CONTRAFUGA independiente (Primario) / Fuga independiente (Seco) Mostrar si tiene señal visible/obscuro	11. EQUIPOS DE LAMINACIÓN - Equipos de laminación	17. CUARTOS DE FUMOS Mostrar si tiene señal visible/obscuro
7. AVISORIA Mostrar si tiene señal visible/obscuro	11. EQUIPOS DE LAMINACIÓN - Equipos de laminación	17. CUARTOS DE FUMOS Mostrar si tiene señal visible/obscuro
	11. EQUIPOS DE LAMINACIÓN - Equipos de laminación	17. CUARTOS DE FUMOS Mostrar si tiene señal visible/obscuro

NOTA: SEÑALIZACION

1. En situación de seguridad estas áreas se iluminarán o las señales de seguridad aparecerán solo cuando las instalaciones por conectarse activamente.

RECOMENDACIONES DE PLANTACION EN DISEÑO ARQUITECTÓNICO

2. Para el estado de las áreas de escape el S.E.C. Norma A-202, establece que el color de las señales debe ser rojo o blanco en el caso de la señalización de escape y verde en el caso de la señalización de otros tipos de señalización, que al estar en las áreas de escape se han implementado para hacerlos más visibles en la oscuridad o cuando se encuentran en una situación de riesgo de activación. En el caso de las áreas de escape, el color de las señales debe ser rojo o blanco en el estado de las áreas de escape y verde en el estado de las áreas de escape.

3. La señalización de las áreas de escape debe estar en un estado de activación que sea visible en cualquier momento de la actividad del edificio.

4. La señalización de las áreas de escape debe estar en un estado de activación que sea visible en cualquier momento de la actividad del edificio.

5. Las superficies de escape serán de color rojo o blanco.

6. Las superficies de escape serán de color rojo o blanco.

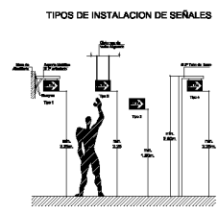
RECOMENDACIONES DE PLANTACION EN DISEÑO ARQUITECTÓNICO

7. De acuerdo al S.E.C. Norma A-202, el S.E.C. establece de color rojo y blanco las señales, dando preferencia al color rojo.

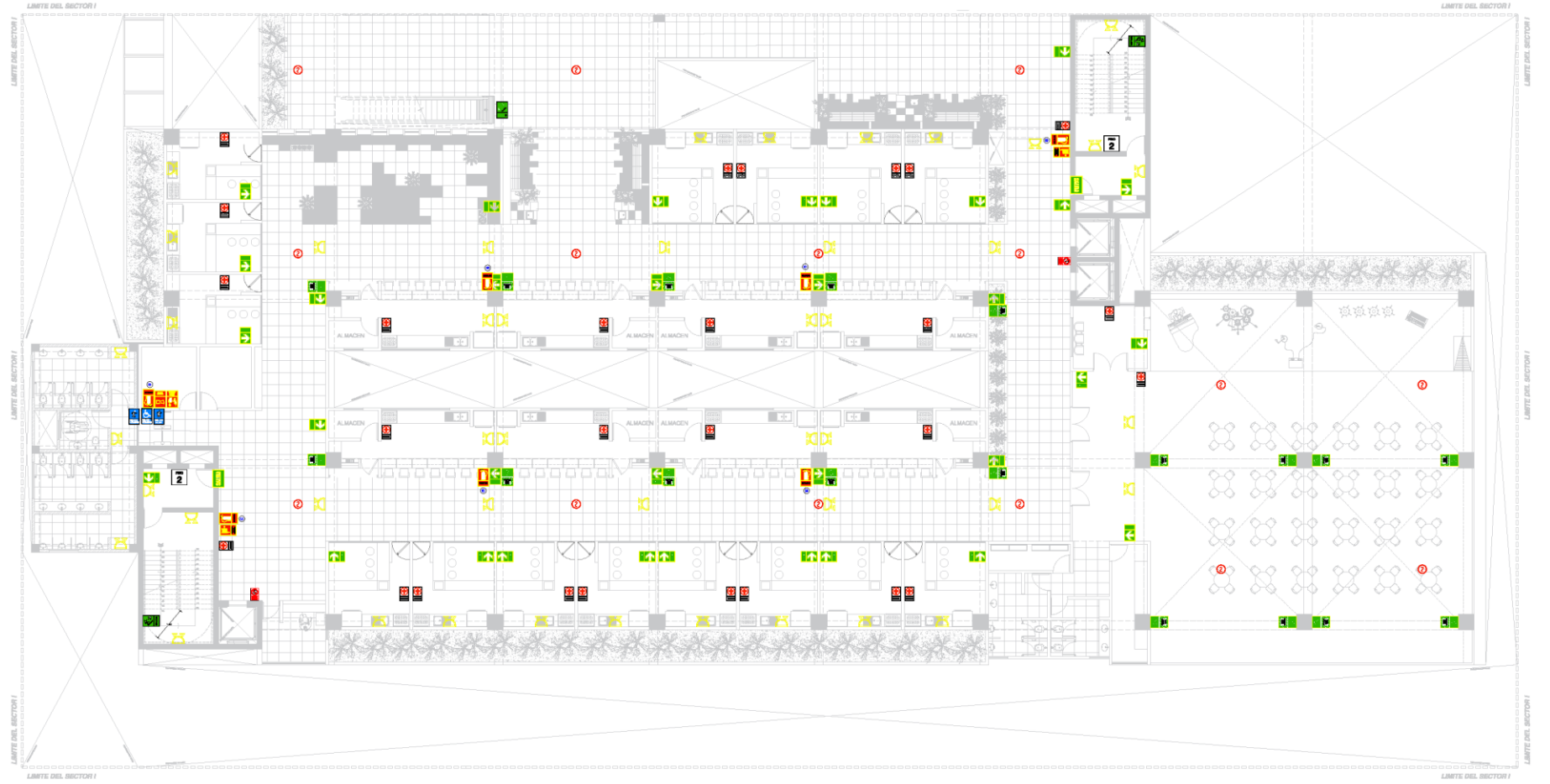
8. La señalización de escape debe ser visible en cualquier momento de la actividad del edificio.

9. La señalización de escape debe ser visible en cualquier momento de la actividad del edificio.

10. La señalización de escape debe ser visible en cualquier momento de la actividad del edificio.



<p>UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO</p>	<p>TÍTULO DE PROYECTO: SEÑALIZACION</p> <p>UNIVERSIDAD: UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO</p>		<p>PROYECTO: MENSAJE DE ABASTOS COMO DINAMIZADOR DEL TURISMO GASTRONÓMICO EN LIMA METROPOLITANA, DEL BARRIO MENDAZ NRO 4, BARRAZO</p>	
	<p>FACULTAD DE ARQUITECTURA</p> <p>ESCUELA DE PROFESIONALES DE ARQUITECTURA</p>		<p>GRUPO: SEÑALIZACION</p> <p>DEPARTAMENTO: PROYECTO DE INTERIORES Y EXTERIORES</p> <p>BARRAZO: ING. JORGE LUIS VEGEL HOLA</p>	
<p>SECTOR I</p>	<p>SEÑAL: SEÑAL DE EMERGENCIA</p> <p>FECHA: 1/75</p> <p>Escala: 1:75</p> <p>PROYECTO: AD</p>		<p>GENTRO GASTRONÓMICO CULTURAL</p> <p>PRIMER PISO</p> <p>PLANO DE SEÑALÉTICA</p> <p>PRIMER PISO</p> <p>SE-18</p>	



SECTOR I

PROYECTO DE SEGURIDAD
PLANO DE SEÑALÉTICA-SRGUNDO PISO
RSC 1/75

LEYENDA (Detalle de seguridad Norma Técnica Perse. SMIGRO 1)		
1. SALIDA (primarios) Símbolo: Salidas con señal luminiscente 	4. OBSTACULOS Símbolo: Línea amarilla horizontal 	14. PUNTO DE REUNIÓN EN CASO DE EMERGENCIA
2. ZONA DE SALIDA Símbolo: Línea amarilla horizontal 	5. PASO DE PEDE Símbolo: Línea amarilla horizontal 	15. EQUIPOS CONTRA INCENDIOS - Extintores
3. ZONA DE RECUPERACIÓN INTERNA EN CASO DE EMERGENCIA Símbolo: Línea amarilla horizontal 	6. BARRERA HORIZONTAL Símbolo: Línea amarilla horizontal 	16. DETECTOR DE HUMO (primarios) Símbolo: Triángulo rojo
4. SERVIDOR ELECTRICO Símbolo: Línea amarilla horizontal 	7. LUGAR DE EMERGENCIA Símbolo: Triángulo rojo 	17. BARRERA EN CONTRA INCENDIO
5. SALA RECALCA (primarios) Símbolo: Línea amarilla horizontal 	8. PISO A TIERRA Símbolo: Línea amarilla horizontal 	18. DETECTOR DE GASES Símbolo: Triángulo rojo
6. SEÑAL DE SALIDA ENFERMEDAD Símbolo: Triángulo rojo 	9. EQUIPOS CONTRA INCENDIOS Símbolo: Triángulo rojo 	19. LOS QUE IDENTIFICAN Y REINVIAN Símbolo: Triángulo rojo
7. BARRERA Símbolo: Línea amarilla horizontal 	10. DETECTOR Símbolo: Triángulo rojo 	20. CONTROL DE ALARMA CONTRA INCENDIO

NOTAS:

- En situaciones de seguridad estas áreas se delimitan a la norma de seguridad vigente indicando en cuáles las instalaciones por cumplir señaléticas específicas.

RECOMENDACIONES DE PLANTACIÓN DE SEÑALES:

- Para el establecimiento de las señales se aplicará el S.N.C. Norma A-202, así como el Código de los Símbolos de Seguridad (C.S.S.) en el plano de la instalación de seguridad de edificios, que se usará de forma general para las instalaciones de seguridad, así como el Reglamento de la Ley de Seguridad de Edificios (R.L.E.), para el caso de edificios.

SEÑALIZACIÓN:

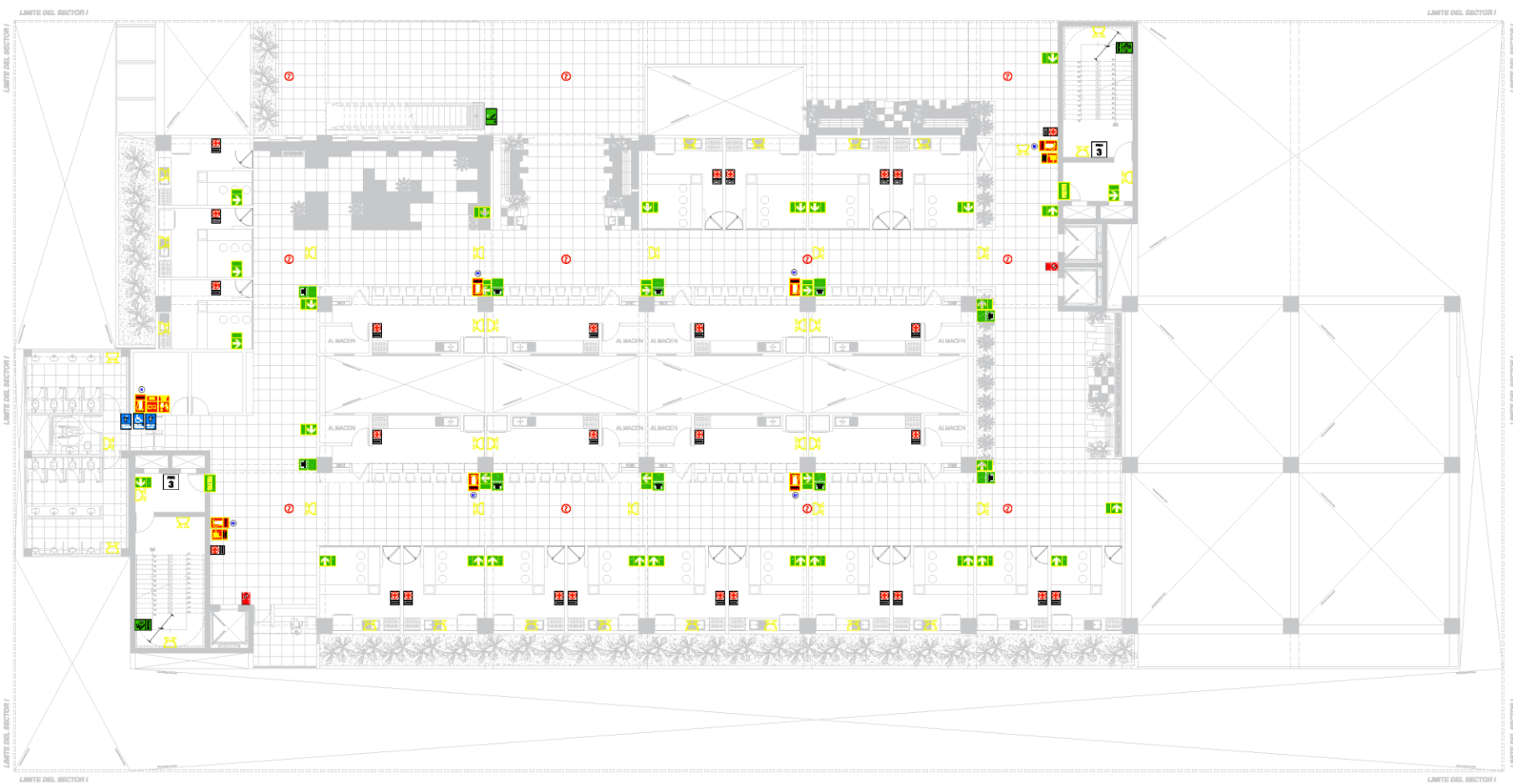
- De acuerdo al S.N.C. Norma A-202, se deberá utilizar el sistema de señalizaciones, obteniendo información de colores: rojo, verde o azul, para indicar la naturaleza de los riesgos, así como la naturaleza de las acciones que se deben tomar.

TIPOS DE INSTALACIONES:

- Las instalaciones de seguridad se instalarán en los puntos de mayor riesgo, considerando los riesgos que se puedan presentar en caso de emergencia.



	UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO	FACULTAD DE ARQUITECTURA	ESCUELA DE PROFESIÓN DE ARQUITECTURA
	CENTRO GASTRONÓMICO CULTURAL		
	PROYECTO: PLANO DE SEÑALÉTICA		
	SEGUIMIENTO: SEGUIMIENTO PISO		
PROYECTADO POR: JORGE LUIS VESSEL HOLE		FECHA: 17/5	PROYECTO: SE-19
PROYECTO: SE-19		PROYECTO: AD	



SECTOR I
 PROYECTO DE SEGURIDAD
 PLANO DE SEÑALÉTICA-TRACCOR PISO
 KRC 1/75

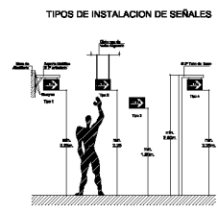
LEYENDA (Definición de seguridad Norma Técnica Peruana: SIMBROS 1)	
1. SALIDA (primario) Sólo si el signo está habilitado para su uso	8. ESCAPATORIOS Sólo si el signo está habilitado para su uso
2. PUERTO DE SALIDA (secundario) Sólo si el signo está habilitado para su uso	9. PISO DE FUGA Sólo si el signo está habilitado para su uso
3. BOTÓN DE EMERGENCIA (primario) Sólo si el signo está habilitado para su uso	10. DETECTOR DE FUMOS (primario) Sólo si el signo está habilitado para su uso
4. BOTÓN DE EMERGENCIA (secundario) Sólo si el signo está habilitado para su uso	11. CUENTA DE ALERTEA Sólo si el signo está habilitado para su uso
5. BOTÓN DE EMERGENCIA (terciario) Sólo si el signo está habilitado para su uso	12. BOTÓN DE EMERGENCIA (cuaternario) Sólo si el signo está habilitado para su uso
6. BOTÓN DE EMERGENCIA (quintario) Sólo si el signo está habilitado para su uso	13. BOTÓN DE EMERGENCIA (sextario) Sólo si el signo está habilitado para su uso
7. BOTÓN DE EMERGENCIA (septario) Sólo si el signo está habilitado para su uso	14. PUNTO DE REUNIÓN EN CASO DE EMERGENCIA Sólo si el signo está habilitado para su uso
15. BOTÓN DE EMERGENCIA (octario) Sólo si el signo está habilitado para su uso	16. BOTÓN DE EMERGENCIA (nonario) Sólo si el signo está habilitado para su uso
17. BOTÓN DE EMERGENCIA (décimo) Sólo si el signo está habilitado para su uso	18. BOTÓN DE EMERGENCIA (undécimo) Sólo si el signo está habilitado para su uso
19. BOTÓN DE EMERGENCIA (duodécimo) Sólo si el signo está habilitado para su uso	19. BOTÓN DE EMERGENCIA (duodécimo) Sólo si el signo está habilitado para su uso

NOTAS:

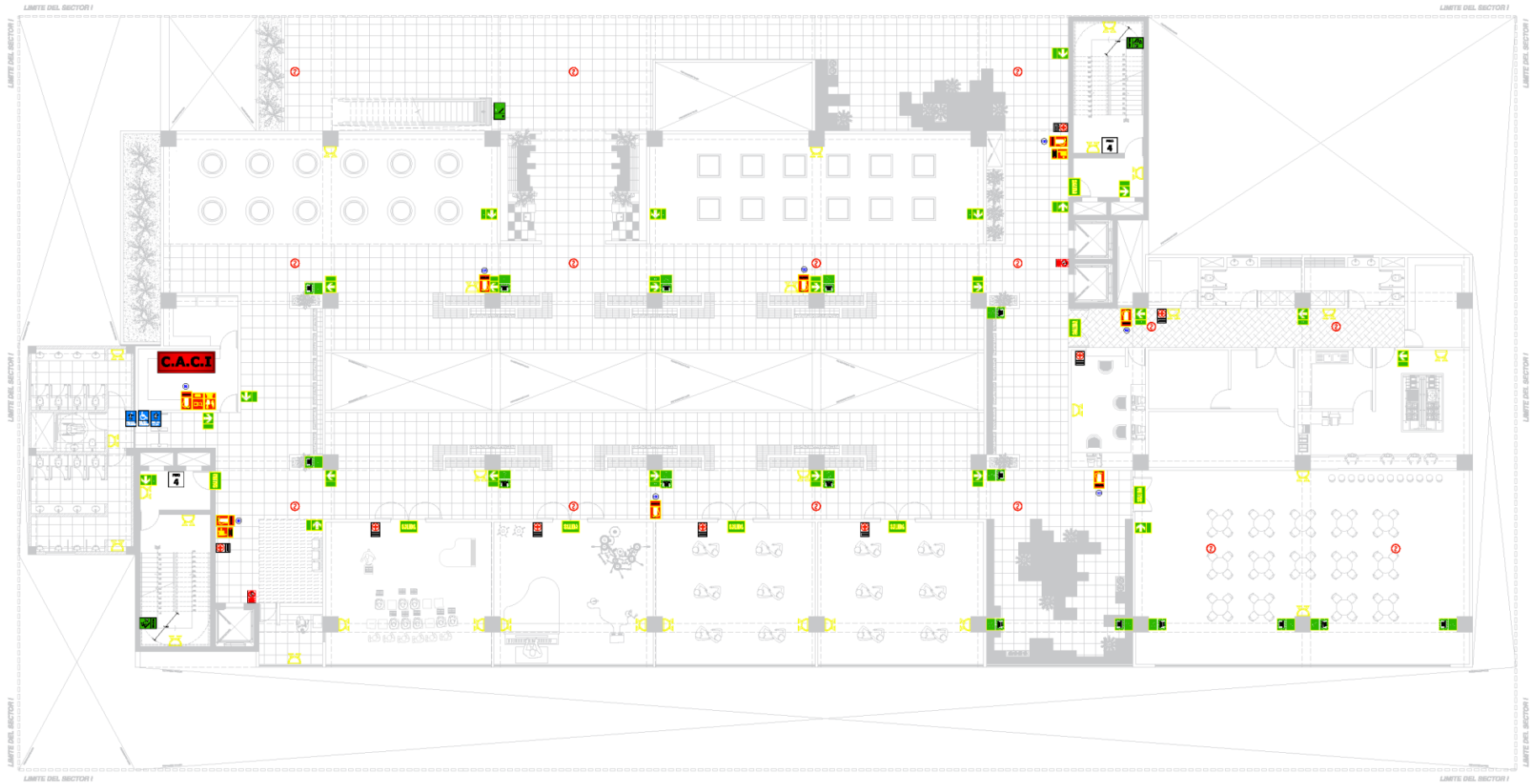
- En el sistema de señalética, antes de ser colocado, se debe verificar la norma de seguridad vigente en el país, así como las especificaciones de los fabricantes de los dispositivos de señalética.
- El sistema de señalética debe ser diseñado y ejecutado de acuerdo a las normas de seguridad vigentes en el país, así como las especificaciones de los fabricantes de los dispositivos de señalética.
- El sistema de señalética debe ser diseñado y ejecutado de acuerdo a las normas de seguridad vigentes en el país, así como las especificaciones de los fabricantes de los dispositivos de señalética.
- El sistema de señalética debe ser diseñado y ejecutado de acuerdo a las normas de seguridad vigentes en el país, así como las especificaciones de los fabricantes de los dispositivos de señalética.
- El sistema de señalética debe ser diseñado y ejecutado de acuerdo a las normas de seguridad vigentes en el país, así como las especificaciones de los fabricantes de los dispositivos de señalética.

RECOMENDACIONES DE PLANEACIÓN (BASES PARA LA EJECUCIÓN):

- El sistema de señalética debe ser diseñado y ejecutado de acuerdo a las normas de seguridad vigentes en el país, así como las especificaciones de los fabricantes de los dispositivos de señalética.
- El sistema de señalética debe ser diseñado y ejecutado de acuerdo a las normas de seguridad vigentes en el país, así como las especificaciones de los fabricantes de los dispositivos de señalética.
- El sistema de señalética debe ser diseñado y ejecutado de acuerdo a las normas de seguridad vigentes en el país, así como las especificaciones de los fabricantes de los dispositivos de señalética.
- El sistema de señalética debe ser diseñado y ejecutado de acuerdo a las normas de seguridad vigentes en el país, así como las especificaciones de los fabricantes de los dispositivos de señalética.
- El sistema de señalética debe ser diseñado y ejecutado de acuerdo a las normas de seguridad vigentes en el país, así como las especificaciones de los fabricantes de los dispositivos de señalética.



<p>UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO</p> <p>FACULTAD DE ARQUITECTURA ESCUELA DE PROYECCIÓN DE DISEÑOS</p>	<p>TÍTULO DE PROYECTO: PLAN DE SEÑALÉTICA</p> <p>PROYECTO: PLAN DE SEÑALÉTICA</p> <p>PROFESOR: DR. JOSÉ LUIS VÁSQUEZ PÉREZ</p> <p>ESTUDIANTE: DR. JOSÉ LUIS VÁSQUEZ PÉREZ</p>	<p>TÍTULO DE PROYECTO: PLAN DE SEÑALÉTICA</p> <p>PROYECTO: PLAN DE SEÑALÉTICA</p> <p>PROFESOR: DR. JOSÉ LUIS VÁSQUEZ PÉREZ</p> <p>ESTUDIANTE: DR. JOSÉ LUIS VÁSQUEZ PÉREZ</p>
	<p>UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO</p> <p>FACULTAD DE ARQUITECTURA</p> <p>ESCUELA DE PROYECCIÓN DE DISEÑOS</p>	<p>PROYECTO: PLAN DE SEÑALÉTICA</p> <p>PROFESOR: DR. JOSÉ LUIS VÁSQUEZ PÉREZ</p> <p>ESTUDIANTE: DR. JOSÉ LUIS VÁSQUEZ PÉREZ</p>
<p>SECTOR I</p>	<p>PROYECTO: PLAN DE SEÑALÉTICA</p> <p>PROFESOR: DR. JOSÉ LUIS VÁSQUEZ PÉREZ</p> <p>ESTUDIANTE: DR. JOSÉ LUIS VÁSQUEZ PÉREZ</p>	<p>UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO</p> <p>FACULTAD DE ARQUITECTURA</p> <p>ESCUELA DE PROYECCIÓN DE DISEÑOS</p>



SECTOR I

PROYECTO DE SEGURIDAD
PLANO DE SEÑALÉTICA-CUARTO PISO
RSC 1/75

LEYENDA: (Definida de seguridad Norma Técnica Peruana, SIMBROS 1)

1. SALIDA (Personas) Símbolo a Símbolo Verde/Blanco 2. PASADIZO DE SALIDA (Personas) Símbolo a Símbolo Verde/Blanco 3. SALIDA DE EMERGENCIA (Personas) Símbolo a Símbolo Verde/Blanco 4. SERVIDOR ELECTRICO Símbolo a Símbolo Verde/Blanco 5. SALIDA MECANICA (Personas) Símbolo a Símbolo Verde/Blanco 6. PASADIZO DE SALIDA (Personas) Símbolo a Símbolo Verde/Blanco	7. PUNTO DE REUNIÓN DE EMERGENCIAS Símbolo a Símbolo Verde/Blanco 8. PUNTO DE REUNIÓN DE EMERGENCIAS Símbolo a Símbolo Verde/Blanco 9. PUNTO DE REUNIÓN DE EMERGENCIAS Símbolo a Símbolo Verde/Blanco 10. PUNTO DE REUNIÓN DE EMERGENCIAS Símbolo a Símbolo Verde/Blanco 11. PUNTO DE REUNIÓN DE EMERGENCIAS Símbolo a Símbolo Verde/Blanco 12. PUNTO DE REUNIÓN DE EMERGENCIAS Símbolo a Símbolo Verde/Blanco 13. PUNTO DE REUNIÓN DE EMERGENCIAS Símbolo a Símbolo Verde/Blanco 14. PUNTO DE REUNIÓN DE EMERGENCIAS Símbolo a Símbolo Verde/Blanco 15. PUNTO DE REUNIÓN DE EMERGENCIAS Símbolo a Símbolo Verde/Blanco 16. PUNTO DE REUNIÓN DE EMERGENCIAS Símbolo a Símbolo Verde/Blanco 17. PUNTO DE REUNIÓN DE EMERGENCIAS Símbolo a Símbolo Verde/Blanco 18. PUNTO DE REUNIÓN DE EMERGENCIAS Símbolo a Símbolo Verde/Blanco 19. PUNTO DE REUNIÓN DE EMERGENCIAS Símbolo a Símbolo Verde/Blanco 20. PUNTO DE REUNIÓN DE EMERGENCIAS Símbolo a Símbolo Verde/Blanco	14. PUNTO DE REUNIÓN DE EMERGENCIAS Símbolo a Símbolo Verde/Blanco 15. PUNTO DE REUNIÓN DE EMERGENCIAS Símbolo a Símbolo Verde/Blanco 16. PUNTO DE REUNIÓN DE EMERGENCIAS Símbolo a Símbolo Verde/Blanco 17. PUNTO DE REUNIÓN DE EMERGENCIAS Símbolo a Símbolo Verde/Blanco 18. PUNTO DE REUNIÓN DE EMERGENCIAS Símbolo a Símbolo Verde/Blanco 19. PUNTO DE REUNIÓN DE EMERGENCIAS Símbolo a Símbolo Verde/Blanco 20. PUNTO DE REUNIÓN DE EMERGENCIAS Símbolo a Símbolo Verde/Blanco
--	---	--

NOTA:

1. En el sistema de señalética se debe utilizar el color verde para el sistema de seguridad y el color rojo para el sistema de alarma.
2. Para el sistema de señalética se debe utilizar el color verde para el sistema de seguridad y el color rojo para el sistema de alarma.
3. En el sistema de señalética se debe utilizar el color verde para el sistema de seguridad y el color rojo para el sistema de alarma.
4. En el sistema de señalética se debe utilizar el color verde para el sistema de seguridad y el color rojo para el sistema de alarma.
5. En el sistema de señalética se debe utilizar el color verde para el sistema de seguridad y el color rojo para el sistema de alarma.

RECOMENDACIONES DE INGENIERÍA EN SEGURIDAD:

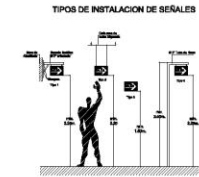
1. El sistema de señalética se debe utilizar el color verde para el sistema de seguridad y el color rojo para el sistema de alarma.
2. En el sistema de señalética se debe utilizar el color verde para el sistema de seguridad y el color rojo para el sistema de alarma.
3. En el sistema de señalética se debe utilizar el color verde para el sistema de seguridad y el color rojo para el sistema de alarma.
4. En el sistema de señalética se debe utilizar el color verde para el sistema de seguridad y el color rojo para el sistema de alarma.
5. En el sistema de señalética se debe utilizar el color verde para el sistema de seguridad y el color rojo para el sistema de alarma.



<p>UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO</p> <p>FACULTAD DE ARQUITECTURA ESUELA DE PROYECCION DE ARQUITECTURA</p>	<p>TÍTULO DE PROYECTO: PLAN DE SEÑALÉTICA</p> <p>PROYECTISTA: JHON LUIS VEGEL POLE</p> <p>PROYECTO: PLAN DE SEÑALÉTICA</p> <p>PROYECTO: PLAN DE SEÑALÉTICA</p> <p>PROYECTO: PLAN DE SEÑALÉTICA</p>	<p>PROYECTO: PLAN DE SEÑALÉTICA</p> <p>PROYECTO: PLAN DE SEÑALÉTICA</p> <p>PROYECTO: PLAN DE SEÑALÉTICA</p> <p>PROYECTO: PLAN DE SEÑALÉTICA</p> <p>PROYECTO: PLAN DE SEÑALÉTICA</p>
	<p>PROYECTO: PLAN DE SEÑALÉTICA</p> <p>PROYECTO: PLAN DE SEÑALÉTICA</p> <p>PROYECTO: PLAN DE SEÑALÉTICA</p> <p>PROYECTO: PLAN DE SEÑALÉTICA</p> <p>PROYECTO: PLAN DE SEÑALÉTICA</p>	<p>PROYECTO: PLAN DE SEÑALÉTICA</p> <p>PROYECTO: PLAN DE SEÑALÉTICA</p> <p>PROYECTO: PLAN DE SEÑALÉTICA</p> <p>PROYECTO: PLAN DE SEÑALÉTICA</p> <p>PROYECTO: PLAN DE SEÑALÉTICA</p>

SE-21

Planos de señalización – SECTOR 2



LEYENDA (Orden de aparición Norma Técnica Privada - NTB 210-13)

1. SEÑAL DE AVISO Barrera y Barrera con Barrera-Adelante	2. SEÑAL DE AVISO Barrera y Barrera con Barrera-Adelante	3. SEÑAL DE AVISO Barrera y Barrera con Barrera-Adelante	4. SEÑAL DE AVISO Barrera y Barrera con Barrera-Adelante	5. SEÑAL DE AVISO Barrera y Barrera con Barrera-Adelante	6. SEÑAL DE AVISO Barrera y Barrera con Barrera-Adelante	7. SEÑAL DE AVISO Barrera y Barrera con Barrera-Adelante	8. SEÑAL DE AVISO Barrera y Barrera con Barrera-Adelante	9. SEÑAL DE AVISO Barrera y Barrera con Barrera-Adelante	10. SEÑAL DE AVISO Barrera y Barrera con Barrera-Adelante	11. SEÑAL DE AVISO Barrera y Barrera con Barrera-Adelante	12. SEÑAL DE AVISO Barrera y Barrera con Barrera-Adelante	13. SEÑAL DE AVISO Barrera y Barrera con Barrera-Adelante	14. SEÑAL DE AVISO Barrera y Barrera con Barrera-Adelante	15. SEÑAL DE AVISO Barrera y Barrera con Barrera-Adelante	16. SEÑAL DE AVISO Barrera y Barrera con Barrera-Adelante	17. SEÑAL DE AVISO Barrera y Barrera con Barrera-Adelante	18. SEÑAL DE AVISO Barrera y Barrera con Barrera-Adelante	19. SEÑAL DE AVISO Barrera y Barrera con Barrera-Adelante	20. SEÑAL DE AVISO Barrera y Barrera con Barrera-Adelante	21. SEÑAL DE AVISO Barrera y Barrera con Barrera-Adelante	22. SEÑAL DE AVISO Barrera y Barrera con Barrera-Adelante	23. SEÑAL DE AVISO Barrera y Barrera con Barrera-Adelante	24. SEÑAL DE AVISO Barrera y Barrera con Barrera-Adelante	25. SEÑAL DE AVISO Barrera y Barrera con Barrera-Adelante	26. SEÑAL DE AVISO Barrera y Barrera con Barrera-Adelante	27. SEÑAL DE AVISO Barrera y Barrera con Barrera-Adelante	28. SEÑAL DE AVISO Barrera y Barrera con Barrera-Adelante	29. SEÑAL DE AVISO Barrera y Barrera con Barrera-Adelante	30. SEÑAL DE AVISO Barrera y Barrera con Barrera-Adelante	31. SEÑAL DE AVISO Barrera y Barrera con Barrera-Adelante	32. SEÑAL DE AVISO Barrera y Barrera con Barrera-Adelante	33. SEÑAL DE AVISO Barrera y Barrera con Barrera-Adelante	34. SEÑAL DE AVISO Barrera y Barrera con Barrera-Adelante	35. SEÑAL DE AVISO Barrera y Barrera con Barrera-Adelante
---	---	---	---	---	---	---	---	---	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

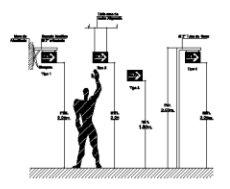
ESTAS SEÑALES

1. Se instalará en lugares donde haya un obstáculo o la presencia de un agente que impida al conductor ver con claridad las indicaciones por adelantado.
2. Para el tránsito de vehículos desde un carril de carril izquierdo al carril de carril derecho, se instalará en los carriles de carril izquierdo.
3. Se instalará en los carriles de carril izquierdo.
4. Se instalará en los carriles de carril izquierdo.
5. Se instalará en los carriles de carril izquierdo.
6. Se instalará en los carriles de carril izquierdo.
7. Se instalará en los carriles de carril izquierdo.
8. Se instalará en los carriles de carril izquierdo.
9. Se instalará en los carriles de carril izquierdo.
10. Se instalará en los carriles de carril izquierdo.
11. Se instalará en los carriles de carril izquierdo.
12. Se instalará en los carriles de carril izquierdo.
13. Se instalará en los carriles de carril izquierdo.
14. Se instalará en los carriles de carril izquierdo.
15. Se instalará en los carriles de carril izquierdo.
16. Se instalará en los carriles de carril izquierdo.
17. Se instalará en los carriles de carril izquierdo.
18. Se instalará en los carriles de carril izquierdo.
19. Se instalará en los carriles de carril izquierdo.
20. Se instalará en los carriles de carril izquierdo.
21. Se instalará en los carriles de carril izquierdo.
22. Se instalará en los carriles de carril izquierdo.
23. Se instalará en los carriles de carril izquierdo.
24. Se instalará en los carriles de carril izquierdo.
25. Se instalará en los carriles de carril izquierdo.
26. Se instalará en los carriles de carril izquierdo.
27. Se instalará en los carriles de carril izquierdo.
28. Se instalará en los carriles de carril izquierdo.
29. Se instalará en los carriles de carril izquierdo.
30. Se instalará en los carriles de carril izquierdo.
31. Se instalará en los carriles de carril izquierdo.
32. Se instalará en los carriles de carril izquierdo.
33. Se instalará en los carriles de carril izquierdo.
34. Se instalará en los carriles de carril izquierdo.
35. Se instalará en los carriles de carril izquierdo.

<p>UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO</p> <p>FACULTAD DE INGENIERIA</p> <p>PROGRAMA DE INGENIERIA EN SISTEMAS DE INGENIERIA</p>	<p>PROYECTO DE SEÑALIZACION</p> <p>SECTOR II</p>	<p>PROYECTO DE SEÑALIZACION</p> <p>SECTOR II</p>	<p>PROYECTO DE SEÑALIZACION</p> <p>SECTOR II</p>
	<p>PROYECTO DE SEÑALIZACION</p> <p>SECTOR II</p>	<p>PROYECTO DE SEÑALIZACION</p> <p>SECTOR II</p>	<p>PROYECTO DE SEÑALIZACION</p> <p>SECTOR II</p>
	<p>PROYECTO DE SEÑALIZACION</p> <p>SECTOR II</p>	<p>PROYECTO DE SEÑALIZACION</p> <p>SECTOR II</p>	<p>PROYECTO DE SEÑALIZACION</p> <p>SECTOR II</p>
	<p>PROYECTO DE SEÑALIZACION</p> <p>SECTOR II</p>	<p>PROYECTO DE SEÑALIZACION</p> <p>SECTOR II</p>	<p>PROYECTO DE SEÑALIZACION</p> <p>SECTOR II</p>



TIPOS DE INSTALACION DE SEÑALES



LEYENDA: (de acuerdo a Norma Técnica Peruana - ONT-010-1)

1. SALIDA (directa) Símbolo: Símbolo verde con flecha blanca	8. DISCAPACITADOS Símbolo: Símbolo verde con persona en silla de ruedas	14. PUNTO DE REUNIÓN EN CASO DE EMERGENCIA Símbolo: Símbolo verde con grupo de personas
2. ZONA DE SEGURIDAD INTERNA EN CASO DE INCENDIO Símbolo: Símbolo verde con flecha blanca	9. PISO A TERMINA Símbolo: Símbolo verde con flecha blanca	15. EQUIPOS CONTRA INCENDIOS Símbolo: Símbolo verde con extintor
3. ZONA DE SEGURIDAD INTERNA EN CASO DE INCENDIO Símbolo: Símbolo verde con flecha blanca	10. BARRIDO HORIZONTAL Símbolo: Símbolo verde con flecha blanca	16. CAJÓN DE ANCHO Símbolo: Símbolo verde con flecha blanca
4. SERVIDOR ELECTRICO Símbolo: Símbolo verde con flecha blanca	11. SALIDA DE EMERGENCIA DE 1.00 DE ALTURAMA PRO LUM Símbolo: Símbolo verde con flecha blanca	17. OMBRETEO CONTRA INCENDIO Símbolo: Símbolo verde con flecha blanca
5. SALA CALIENTA (directa) Símbolo: Símbolo verde con flecha blanca	12. PISO A TERMINA Símbolo: Símbolo verde con flecha blanca	18. ESTACIÓN MARITAL Símbolo: Símbolo verde con flecha blanca
6. SALIDA DE SALIDA (directa) Símbolo: Símbolo verde con flecha blanca	13. EQUIPOS CONTRA INCENDIOS Símbolo: Símbolo verde con extintor	19. LUGAR ESTEREOLOGICA Y OFICINA Símbolo: Símbolo verde con flecha blanca
7. BOTOLIN Símbolo: Símbolo verde con flecha blanca	14. EXTINTOR: pánico contra incendio Símbolo: Símbolo verde con flecha blanca	20. CONTROL DE ALARMA CONTRA INCENDIO Símbolo: Símbolo verde con flecha blanca

NOTA: GENERAL

1. El sistema de señalización debe ser adecuado a las normas de seguridad vigentes tanto en cuanto las condiciones por cumplir señalización exterior.

RECOMENDACIONES DE SEÑALIZACIÓN INTERNA INDICACIONES

2. Para el caso de las salidas de emergencia de acuerdo al S.N.C. Norma A 100, artículo 4, se debe de tener en cuenta que el sistema de señalización debe ser adecuado a las condiciones de uso y de mantenimiento de cada sistema. Tener en cuenta que el sistema de señalización debe ser adecuado a las condiciones de uso y de mantenimiento de cada sistema. Tener en cuenta que el sistema de señalización debe ser adecuado a las condiciones de uso y de mantenimiento de cada sistema.

REQUISITOS DE SEÑALIZACIÓN

3. De acuerdo al S.N.C. Norma A 100, artículo 4, se debe de tener en cuenta que el sistema de señalización debe ser adecuado a las condiciones de uso y de mantenimiento de cada sistema. Tener en cuenta que el sistema de señalización debe ser adecuado a las condiciones de uso y de mantenimiento de cada sistema.

4. Los señalamientos deben ser de color rojo para que de inmediato se pueda identificar y actuar en caso de emergencia. Deben tener un alto contraste con el fondo de color blanco.

5. Todos los señalamientos instalados en las edificaciones, deben ser mantenidos en condiciones que permitan su uso en todo momento. En caso de deterioro, deben ser reemplazados o reparados inmediatamente.

<p>UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO</p>	<p>TÍTULO DE PROYECTO (CONVENCIÓN):</p> <p>MANEJO DE ABASTOS COMO DINAMIZADOR DEL TURISMO GASTRONÓMICO EN LIMA METROPOLITANA, 2019</p>	<p>ORGANISMO:</p> <p>REGURIDAD</p>
	<p>FACULTAD DE ARQUITECTURA</p> <p>ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA</p>	<p>TÍTULO DE PROYECTO (CATEGORÍA):</p> <p>CENTRO GASTRONÓMICO CULTURAL</p>
<p>PROFESOR:</p> <p>DEPARTAMENTO DE PROFESORÍA DE DISEÑO I</p>	<p>LIMA LIMA</p> <p>BARRIO SAN BARTOLOMÉ</p>	<p>ESPECIALIDAD:</p> <p>BOTÁNICA</p>
<p>SECTOR II</p>		<p>VENDEDOR:</p> <p>ING. JORGE LUIS VESSEL POLO</p>
		<p>FECHA:</p> <p>1/75</p>
		<p>PROYECTO:</p> <p>SE-23</p>

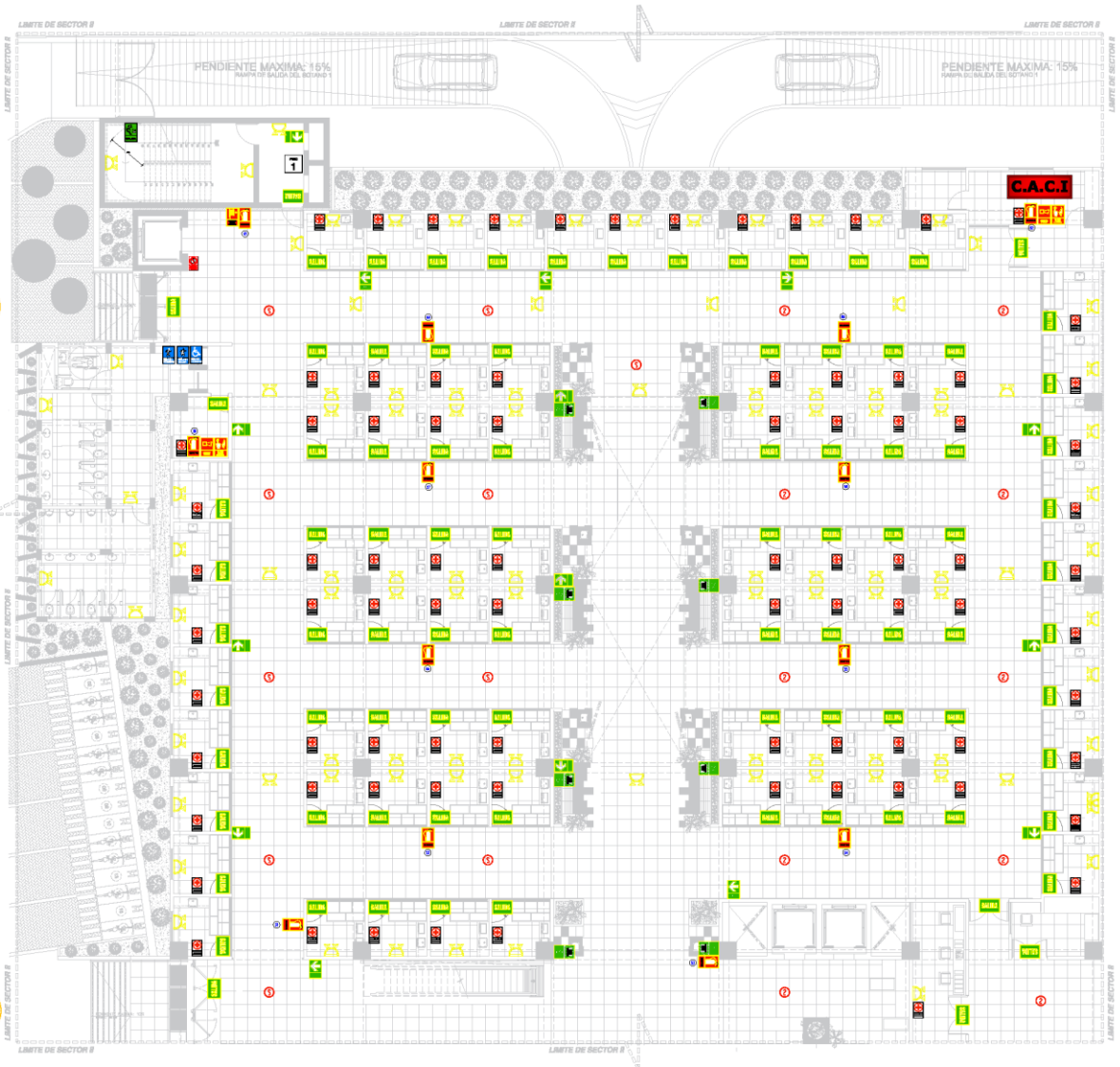


LEYENDA: (de alto de seguridad Norma Técnica Peruana - ONB.010-11)			
1. SALIDA (Dirección) Signos y Símbolos de Prohibición	8. DISCAPACITADOS Signos y Símbolos de Prohibición	14. PUNTO DE REUNIÓN EN CASO DE EMERGENCIA	
2. EJECUCIÓN DE SALIDA (DIRECCIÓN) 3. SALIDA EN CASO DE ALBERGAMIENTO DE EMERGENCIAS	9. PUNTO DE REUNIÓN Signos y Símbolos	15. EQUIPOS CONTRA INCENDIOS	Extinctores
3. ZONA DE SEGURIDAD INTERNA EN CASO DE EMERGENCIAS	10. BARRIDOS HORIZALES --- EQUIPOS DE EMERGENCIAS:	16. CARTER DE ANCLAJE Signos y Símbolos	
4. ARRIBO ELECTRICO Signos y Símbolos	11. PUNTO DE EMERGENCIA DE USO DE AUTOMÁTICA PUNTO Luz	17. ORNAMENTOS CONTRA INCENDIO	
5. SALA DE CALZADA (Prohibido) Signos y Símbolos de Prohibición	12. PUNTO A TERMINA Signos y Símbolos	18. ESTACIONES NAUTICAS Estaciones Nauticas para Barcos, Botes, Jetski, etc.	
6. SALIDA DE EMERGENCIA Signos y Símbolos de Prohibición	13. EQUIPOS CONTRA INCENDIOS: Extinctores	19. LUGAR ESTERILIZACION Y DESINFECCION Lugar de Higiene personal y desinfección	
7. ESTACION Signos y Símbolos	14. ESTACION: placas de tráfico de velocidad	20. CONTROL DE LA AREA CONTRA INCENDIO	

NOTA: SEÑALES
 1. El sistema de seguridad debe ser adecuado a las normas de seguridad vigentes teniendo en cuenta las condiciones particulares del edificio.
 2. Para el diseño de los signos de seguridad en S.I.E. Norma A 102, se debe considerar el espacio de circulación de personas con discapacidad, considerando el ancho de la vía y la posibilidad de maniobra para el tránsito de personas con discapacidad.
 3. No se debe utilizar en los signos de seguridad el uso de colores que dificulten la lectura, considerando el contraste de los colores.
 4. Los signos de seguridad deben ser fácilmente accesibles para las personas con discapacidad.
 5. Los signos de seguridad deben ser fácilmente accesibles para las personas con discapacidad.
 6. Los signos de seguridad deben ser fácilmente accesibles para las personas con discapacidad.
 7. Los signos de seguridad deben ser fácilmente accesibles para las personas con discapacidad.
 8. Los signos de seguridad deben ser fácilmente accesibles para las personas con discapacidad.
 9. Los signos de seguridad deben ser fácilmente accesibles para las personas con discapacidad.
 10. Los signos de seguridad deben ser fácilmente accesibles para las personas con discapacidad.
 11. Los signos de seguridad deben ser fácilmente accesibles para las personas con discapacidad.
 12. Los signos de seguridad deben ser fácilmente accesibles para las personas con discapacidad.
 13. Los signos de seguridad deben ser fácilmente accesibles para las personas con discapacidad.
 14. Los signos de seguridad deben ser fácilmente accesibles para las personas con discapacidad.
 15. Los signos de seguridad deben ser fácilmente accesibles para las personas con discapacidad.
 16. Los signos de seguridad deben ser fácilmente accesibles para las personas con discapacidad.
 17. Los signos de seguridad deben ser fácilmente accesibles para las personas con discapacidad.
 18. Los signos de seguridad deben ser fácilmente accesibles para las personas con discapacidad.
 19. Los signos de seguridad deben ser fácilmente accesibles para las personas con discapacidad.
 20. Los signos de seguridad deben ser fácilmente accesibles para las personas con discapacidad.

SECTOR II
 PROYECTO DE SEGURIDAD
 PLANO DE SEÑALÉTICA-SOTANO 01
 KSC 1/75

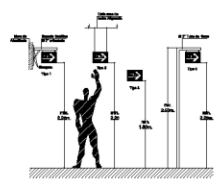
 UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO	TÍTULO DE PROYECTO (CONVENIO): MENSAJE DE ABASTOS COMO DINAMIZADOR DEL TURISMO GASTRONÓMICO EN LIMA METROPOLITANA, 2019 SABDI MENDAZO ROSA M. BARBAÑO		OPORTUNIDAD: SEGURIDAD
	TÍTULO DE PROYECTO (CARRERA): CENTRO GASTRONÓMICO CULTURAL		
FACULTAD DE ARQUITECTURA ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA	UBICACIÓN: DEPARTAMENTO DE LIMA PROVINCIA DE BARRANCO		PLANO DE SEÑALÉTICA
	DISEÑO: LUZA LUNA		FECHA: SEPTIEMBRE 2020
	PROYECTO: SECTOR II		PROYECTO: AD
		FECHA DE IMPRESIÓN: 1/75 SE-24	



S

S

TIPOS DE INSTALACION DE SEÑALES



LEYENDA: (de acuerdo a normativa Norma Técnica Peruana - OND-010-11)

SEÑALIZACIÓN DE EMERGENCIA	8. DISPOSITIVOS Sólo a 20cm sobre el pavimento	14. PUNTO DE ANCLAJE EN CASO DE EMERGENCIA
1. SALIDA (directiva) Sólo a 20cm sobre el suelo	9. PUNTO DE ANCLAJE Sólo a 20cm	-SEÑAL CONTRA INCENDIOS:
2. SALIDA (prohibitiva) Sólo a 20cm sobre el suelo	10. BARRIDO HORIZONTAL -- HORIZONTAL DE FINCAJETA:	15. CENTRO DE ALARMA CONTRA INCENDIOS Sólo a 20cm sobre el pavimento
3. ZONA DE SEGURIDAD INTERNA EN CASO DE EMERGENCIA Sólo a 20cm	11. PUNTO DE ANCLAJE DE 1.50M DE ALTURA MÍN. EN LUZ	16. CENTRO DE ANCLAJE Sólo a 20cm sobre el pavimento
4. RETENEDOR ELÉCTRICO Sólo a 20cm	12. PUNTO A TERMINA Sólo a 20cm	17. BARRIDO CONTRA INCENDIOS
5. BARRA ESCALERA (prohibitiva) Sólo a 20cm sobre el suelo	13. PUNTO A TERMINA Sólo a 20cm	18. ESTACIÓN MARCIAL Sólo a 20cm sobre el suelo
6. BARRA ESCALERA (directiva) Sólo a 20cm sobre el suelo	14. PUNTO A TERMINA Sólo a 20cm	19. LUGAR ESTEREOGRÁFICO Y OFICINA Sólo a 20cm sobre el suelo
7. BARRERA Sólo a 20cm	15. CENTRO DE ALARMA CONTRA INCENDIOS Sólo a 20cm	

NOTA: OBSERVAR

- El sistema de señalización debe ser instalado a la altura de seguridad mínima permitida en caso de instalación por conducto subterráneo.
- Para el estado de las alarmas se accede al D.A.C. Norma A 100, artículo 6. En caso de las alarmas con pantalla de estado se debe de ser instalado en estado de alarma de emergencia, para el caso de las alarmas con pantalla de estado de emergencia se debe de ser instalado en estado de alarma de emergencia.
- Las alarmas con pantalla de estado de emergencia se debe de ser instalado en estado de alarma de emergencia.
- Las alarmas con pantalla de estado de emergencia se debe de ser instalado en estado de alarma de emergencia.
- Las alarmas con pantalla de estado de emergencia se debe de ser instalado en estado de alarma de emergencia.
- Las alarmas con pantalla de estado de emergencia se debe de ser instalado en estado de alarma de emergencia.
- Las alarmas con pantalla de estado de emergencia se debe de ser instalado en estado de alarma de emergencia.
- Las alarmas con pantalla de estado de emergencia se debe de ser instalado en estado de alarma de emergencia.
- Las alarmas con pantalla de estado de emergencia se debe de ser instalado en estado de alarma de emergencia.
- Las alarmas con pantalla de estado de emergencia se debe de ser instalado en estado de alarma de emergencia.

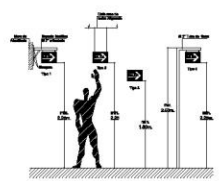
SECTOR II

PROYECTO DE SEGURIDAD
PLANO DE SEÑALÉTICA-PRIMER PISO
KSC 1/75

<p>UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO</p> <p>FACULTAD DE ARQUITECTURA</p> <p>ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA</p>	TÍTULO DE PROYECTO: SEÑALÉTICA		TÍTULO DE PROYECTO: SEÑALÉTICA
	OBJETO DEL PROYECTO: SEÑALÉTICA		OBJETO DEL PROYECTO: SEÑALÉTICA
	AUTOR: SEÑALÉTICA		AUTOR: SEÑALÉTICA
	FECHA: SEÑALÉTICA		FECHA: SEÑALÉTICA
	LUGAR: SEÑALÉTICA		LUGAR: SEÑALÉTICA
<p>SECTOR II</p>		<p>SEÑALÉTICA</p>	



TIPOS DE INSTALACION DE SEÑALES



LEYENDA: (de lado de seguridad Norma Técnica Peruviana - NBT 010-1)

1. SALIDA (directiva) Símbolo: flecha verde hacia afuera	8. DISCAPACITADOS Símbolo: persona con silla de ruedas	14. PUNTO DE REUNIÓN EN CASO DE EMERGENCIA Símbolo: persona con flecha verde
2. PASADIZO DE SALIDA Símbolo: flecha verde hacia afuera	9. FUEGO Símbolo: fuego	15. SEÑAL DE EMERGENCIA Símbolo: triángulo rojo con borde blanco
3. ZONA DE SEGURIDAD INTERNA EN CASO DE EMERGENCIA Símbolo: triángulo rojo con borde blanco	10. BARRIDO MECÁNICO Símbolo: persona con escoba	16. DETECTOR DE HUMO (observación) Símbolo: triángulo rojo con borde blanco
4. BARRIO ELÉCTRICO Símbolo: triángulo rojo con borde blanco	11. FUENTE DE EMERGENCIA Símbolo: triángulo rojo con borde blanco	17. CAJÓN DE AJUQUE Símbolo: triángulo rojo con borde blanco
5. SALA ESCALERA (prohibido) Símbolo: triángulo rojo con borde blanco	12. FUEGO A TERRESTRE Símbolo: triángulo rojo con borde blanco	18. BARREROS CONTRA INCENDIO Símbolo: triángulo rojo con borde blanco
6. PASADIZO DE SALIDA IMPERMEABLE Símbolo: triángulo rojo con borde blanco	13. PISO A TERRESTRE Símbolo: triángulo rojo con borde blanco	19. ESTACIÓN MARITAL Símbolo: triángulo rojo con borde blanco
7. ESTACIÓN Símbolo: triángulo rojo con borde blanco	14. EQUIPO CONTRA INCENDIO Símbolo: triángulo rojo con borde blanco	20. LUGAR ESTEREOLOGICO Y OFERTA Símbolo: triángulo rojo con borde blanco
	15. DETECTOR DE ALARMA CONTRA INCENDIO Símbolo: triángulo rojo con borde blanco	

NOTA: GENERAL

- El sistema de seguridad debe ser adecuado a las normas de seguridad vigentes en el país y las indicaciones por conducto de las autoridades competentes.
- Para el estado de las obras de acuerdo al D.S. Norma A 130, artículo 4, debe de ser aprobado por el comité de seguridad de la obra.
- Las especificaciones técnicas de los materiales deben ser aprobadas por el comité de seguridad de la obra.
- Las especificaciones técnicas de los materiales deben ser aprobadas por el comité de seguridad de la obra.
- Las especificaciones técnicas de los materiales deben ser aprobadas por el comité de seguridad de la obra.
- Las especificaciones técnicas de los materiales deben ser aprobadas por el comité de seguridad de la obra.
- Las especificaciones técnicas de los materiales deben ser aprobadas por el comité de seguridad de la obra.
- Las especificaciones técnicas de los materiales deben ser aprobadas por el comité de seguridad de la obra.
- Las especificaciones técnicas de los materiales deben ser aprobadas por el comité de seguridad de la obra.
- Las especificaciones técnicas de los materiales deben ser aprobadas por el comité de seguridad de la obra.
- Las especificaciones técnicas de los materiales deben ser aprobadas por el comité de seguridad de la obra.
- Las especificaciones técnicas de los materiales deben ser aprobadas por el comité de seguridad de la obra.
- Las especificaciones técnicas de los materiales deben ser aprobadas por el comité de seguridad de la obra.
- Las especificaciones técnicas de los materiales deben ser aprobadas por el comité de seguridad de la obra.
- Las especificaciones técnicas de los materiales deben ser aprobadas por el comité de seguridad de la obra.

SECTOR II

PROYECTO DE SEGURIDAD
PLANO DE SEÑALÉTICA-CUARTO PISO
RSC 1/75

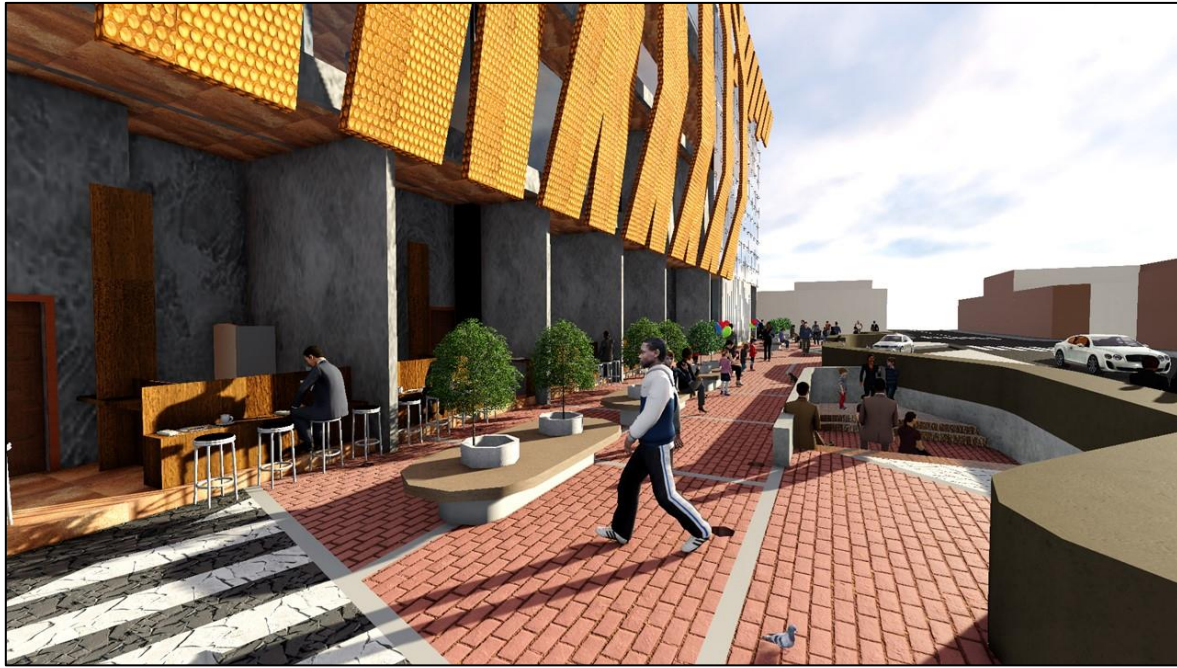
<p>UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO</p>	<p>TÍTULO DE PROYECTO (OBRAS):</p> <p>MANEJO DE ABASTOS COMO DINAMIZADOR DEL TURISMO GASTRONÓMICO EN LA ZONA METROPOLITANA, DEL BARRIO MENDAZO RÍO M. SARRANO</p>		<p>DEPARTAMENTO:</p> <p>SEGURIDAD</p>
	<p>TÍTULO DE PROYECTO (SERVICIO):</p> <p>CENTRO GASTRONÓMICO CULTURAL</p>		<p>PLANO:</p> <p>PLANO DE SEÑALÉTICA</p>
<p>FACULTAD DE ARQUITECTURA</p> <p>ESPECIALIDAD DE ARQUITECTURA</p>	<p>DEPARTAMENTO DE PROFESIONAL DE ARQUITECTURA</p> <p>UNIDAD:</p> <p>LIMA</p> <p>CARRIO:</p> <p>SAN JUAN DE MIRAFLORES</p>	<p>PROYECTISTA:</p> <p>LUIS ALBERTO MORALES</p>	<p>ESCALA:</p> <p>1/75</p>
<p>SECTOR II</p> <p>PROYECTO DE SEGURIDAD</p>		<p>FECHA:</p> <p>2020</p>	<p>PROYECTO:</p> <p>AD</p>
<p>VERIFICADO POR:</p> <p>DR. JORGE LUIS VÁSQUEZ PÉREZ</p>		<p>FECHA:</p> <p>2020</p>	<p>PROYECTO:</p> <p>AD</p>
<p>VERIFICADO POR:</p> <p>DR. JORGE LUIS VÁSQUEZ PÉREZ</p>		<p>FECHA:</p> <p>2020</p>	<p>PROYECTO:</p> <p>AD</p>
<p>VERIFICADO POR:</p> <p>DR. JORGE LUIS VÁSQUEZ PÉREZ</p>		<p>FECHA:</p> <p>2020</p>	<p>PROYECTO:</p> <p>AD</p>

INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA

Animación virtual (Recorridos o 3Ds del proyecto) (Ver Recorrido 3D del proyecto)

Renders













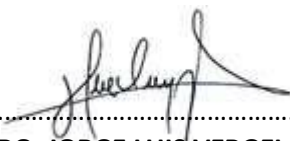


Yo, **ARQ. JORGE LUIS VERGEL POLO** docente de la Facultad de Ingeniería y Arquitectura, Escuela Profesional de Arquitectura de la Universidad César Vallejo (Lima Norte), revisor de la tesis titulada:

“MERCADO DE ABASTOS COMO DINAMIZADOR DEL TURISMO GASTRONOMICO EN LIMA METROPOLITANA, 2019 CASO: MERCADO Nro. 2 BARRANCO”, de los estudiantes **ESPINOZA SANDOVAL, KATTERYN IRINA – VILLAR LUZA, JULIO CESAR**, constato que la investigación tiene un índice de similitud de **13 %** verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

El suscrito (a) analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

Lima, 28 de diciembre del 2020



ARQ. JORGE LUIS VERGEL POLO

DNI: 08714990

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable del SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	---------------------	--------	---------------------------------