

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y URBANISMO



Mercado Plaza – Reintegración Urbana del Mercado Modelo de Huancayo

**PROYECTO DE FIN DE CARRERA
TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO DE ARQUITECTO**

AUTOR

Andrés Daniel Belsuzarri Castro

CÓDIGO

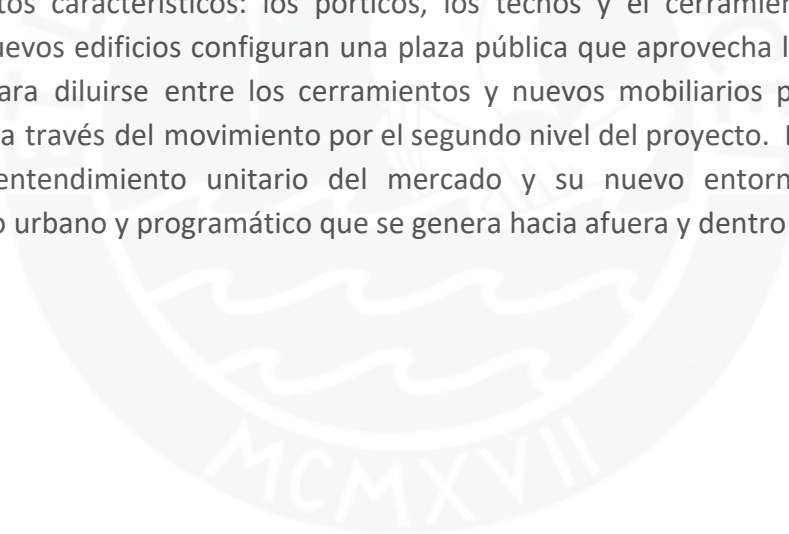
20098920

ASESOR:

Mariana Leguía Alegría

Lima, Marzo, 2020

El “Proyecto Plaza Restauración Urbana” consiste en la recuperación, reintegración y remodelación de el “Mercado Modelo de la ciudad de Huancayo” para ofrecerlo a la ciudad como un espacio renovado capaz de articular programas de comercio y ocio en su interior; así como, nuevas dinámicas sociales que trascienden las barreras físicas y virtuales del edificio, con una nueva atmósfera y percepción unitaria de este edificio histórico y su entorno. A partir de esta ambición, las decisiones consisten en que elementos del propio mercado se conservan y cuáles no, así como, se procede a identificar qué estructuras y edificios aledaños se están usando o se encuentran abandonados. Para esto, el análisis estadístico e histórico son las guías que permiten reconocer que el espacio físico del proyecto se rebasa por la autogestión y competencia a menor escala de los vecinos de la zona que aprovechan el mercado como una oportunidad de negocio para la especialización en diferentes ramas del comercio. Es así, que se plantea la disolución de las barreras físicas del proyecto, desde los edificios aledaños hasta los muros perimetrales del mercado que sirven de cerramiento, para lograr así un espacio público prolongado y difuso que se acota con los nuevos edificios propuestos. No obstante, estos edificios surgen, en sentido constructivo y funcional, como prolongaciones del mercado, a través de la reinterpretación de sus elementos característicos: los pórticos, los techos y el cerramiento. El mercado modelo y los nuevos edificios configuran una plaza pública que aprovecha la permeabilidad del proyecto para diluirse entre los cerramientos y nuevos mobiliarios propuestos, y se puede apreciar a través del movimiento por el segundo nivel del proyecto. Estas estrategias proponen un entendimiento unitario del mercado y su nuevo entorno; así como el reordenamiento urbano y programático que se genera hacia afuera y dentro del mercado.



Mercado Plaza Reintegración Urbana

Marco Histórico Mercado Modelo de Huancayo

El mercado modelo de Huancayo se gestiona después del proceso de reestructuración del centro cívico de la ciudad durante la década de los sesenta, bajo el período de Fernando Belaunde Terry como presidente del Perú. Durante su mandato se promovió la implementación de equipamientos urbanos a lo largo del país, que cubrieran las necesidades básicas de educación, salud, comercio, esparcimiento, etc. Este nuevo mercado respondería a los lineamientos generales planteados en el Plan Regulador de la ciudad de Huancayo, (elaborado por el Ing. Oswaldo Ráez Patiño, el cual tuvo una vigencia de 10 años aproximadamente) y de acuerdo con el Plan de Obras Públicas elaborado por el Concejo Provincial de Huancayo bajo la presidencia del Dr. José Benza Picón.

Este proyecto surge como respuesta a la necesidad de un nuevo mercado que pudiera abastecer a la creciente población de la ciudad de Huancayo, escenario de mediana escala de procesos de migración. Anteriormente, el Mercado Central se ubicaba junto a la antigua plaza Huamanmarca, a tres cuadras del centro de la ciudad, frente a la calle Real (anteriormente fue un terreno de feria ganadera). En el momento de su construcción, en 1958, se encontraba en el borde de la ciudad; aunque paradójicamente, en pocos años sería absorbido como parte del centro. Tenía capacidad para atender a 13.000 personas de los 30.000 habitantes de Huancayo con sus 268 puestos en el interior. El incremento demográfico obligó a este mercado a rebasar sus límites, por lo que aparecieron 483 puestos a sus alrededores que ocupaban áreas de circulación y que no cumplían con las normas de higiene. La influencia que ejercía este mercado en el centro de la ciudad era realmente negativa, ya que se percibía como una zona muerta, espectáculo de insalubridad. Por otro lado, su abastecimiento congestionaba el tránsito vehicular de la calle Real, y las estrechas calles Marañón y Mantaro, agudizando el problema de la falta de estacionamientos. Todas estas características influenciaban en el área urbana comprendida entre los Mercados Mayoristas, el Hotel Huancayo, y la Av. Giráldez, permaneciendo esta zona estancada en su desarrollo.

La efectividad del nuevo mercado modelo se vio mermada por la prolongación de la ejecución de la obra, que se extendió por trece años, desde 1958 hasta 1971, cuando se inició su construcción; debido a que, durante este tiempo la ciudad crecería exponencialmente producto de los fenómenos migratorios. La primera gran expansión urbana sucedería con la migración del campo a la ciudad en los años sesenta, producto de la búsqueda generalizada de una mejor calidad de vida; luego, finalizando los años setenta, con el militarismo y la reforma agraria; posteriormente, sirvió como refugio frente al miedo causado por el terrorismo de los años ochenta y por último, en 1908 con la construcción del Ferrocarril Central. Parte del retraso de la obra se debía a la falta de presupuesto para la ejecución de obras públicas que sería cubierto a partir de la creación de la Ley N°14700 en 1963, durante la presidencia de Belaúnde Terry, por la cual se impusieron impuestos adicionales al tabaco y el alcohol. Como consecuencia de

esto, se solventó la creación del centro cívico de Huancayo (remodelación de la plaza Huamanmarca), la Plaza Constitución, el estadio de Huancayo y el nuevo mercado modelo.

Estado original del mercado

La ciudad de Huancayo es la capital de la región de Junín y se encuentra en la sierra central del Perú a una altura de 3250 m.s.n.m., por lo que presenta un clima con grandes variaciones. Tiene un clima templado pero inestable durante todo el año, variando entre 28° en los días más cálidos y -5° grados centígrados en las noches más frías. Debido a su abrupta condición geográfica se pueden identificar dos estaciones durante todo el año: la temporada de lluvias y la temporada seca. La primera de ellas, se extiende desde octubre hasta abril y la precipitación varía entre los 13mm hasta los 33mm como máximo; mientras que en la temporada seca la variación se produce entre los 13mm y 1mm como mínimo. Es por ello, que es necesario considerar como estrategia de diseño el control del agua de lluvias a través del techo y los sistemas de canaletas.

El mercado se ubica en la Plaza Huamanmarca y colindaba con viviendas y los rieles del tren, que posteriormente se volverían una barrera urbana, cuando dejaron de funcionar como transporte público. A su vez, se hallaba próximo a la estación central del tren de Huancayo. Se emplazó sobre un terreno de ligera pendiente que se eleva 1.20m desde el punto más bajo al punto más alto, hecho que motivó la división interior del espacio en tres plataformas. La primera de ellas corresponde al nivel más bajo de la calle que consideraremos el nivel +0.00m, luego a mitad del proyecto comienza una mezzanine que el arquitecto genera al nivelar la pendiente a 1.20m de altura; y por último, a +4.00m sobre la primera plataforma se construye un segundo nivel. Cada una de estas zonas se diseñó considerando una programación específica: el primer nivel se destinó a la venta de verduras y abarrotes, la mezzanine al no estar techada por el segundo nivel se configura como un espacio a doble altura que contiene el programa principal de carnes, pescados, pollo y otros animales que necesiten de sistemas de refrigeración y mayor espacio de ventilación; y, por otro lado, el segundo nivel se diseñó para la venta de ropa. Además, el edificio cuenta con 6 accesos principales y una zona de estacionamientos no definida fuera del mercado. No obstante, cuenta con una zona de carga y descarga excavada para llegar al nivel de la mezzanine. Posteriormente, a este edificio se le adosaron estructuras para almacenaje, puestos de mercado exteriores, tiendas adosadas al mercado, zona de flores, una pequeña plaza cerrada por los puestos informales y una guardería.

El mercado modelo se configura a partir de doce juegos de pórticos de concreto de cinco columnas cada uno. Cada columna nace del suelo como un sólido elemento de concreto que se divide en dos formando una "Y" para unirse con la columna siguiente bajo un sistema de concreto plegado recubierto de ladrillo pastelero. A partir de estos pórticos se configura un espacio flexible de 84 x 59m. El edificio se plantea como una planta libre definida por un muro perimetral de ladrillo y piedra que contiene el interior. No obstante, este muro no cumple una función estructural ya que se separa del techo con ventanas altas en donde se instala una celosía que funciona a manera de parasol que luego sería vidriada generando un problema de ventilación ya que este era el principal elemento de circulación del viento que viene desde el suroeste. Además, los parasoles tenían un problema de orientación, ya que la ventana principal recibe la mayor incidencia solar durante el día. Por

otro lado, este elemento se diseña con un ritmo variado de grosores que dotan de dinamismo al resto de del edificio a partir del contraste volumétrico. Luego, el techo de concreto se distribuye como pequeñas piezas compuestas que se desfazan entre sí para permitir el pase de la luz. Pueden formar una “v” si se posan sobre el medio de la columna o una “^” si se posan sobre la unión de dos columnas. La estructura que recibe al techo se densifica en el segundo nivel ya que necesitaba de más columnas para soportar su propio peso. El suelo es de concreto en su totalidad en el interior del edificio y se divide únicamente por los puestos de venta, mientras que hacia el exterior no hubo un diseño que ordenara o previera la expansión de los puestos del mercado. Los puestos eran módulos pequeños y tienen un sistema de drenaje común pero carecían de agua potable. Además, el mercado contaba con dos tipologías de puesto: para venta de carnes (adaptable) y una para restaurantes (modelo estándar).

En el año 2000 el mercado modelo se vende a los mercaderes por medio de COFOPRI y su mantenimiento y gestión pasa a manos de la junta de propietarios. Este hecho traería efectos negativos para el edificio que enfrentaría numerosos problemas de filtraciones de agua, tugurización, hacinamiento y salubridad. Una medida para revertir el filtrado fue la instalación de geomallas en el techo que mejorarían la absorción del agua de lluvia.

Proyecto

A través del análisis estadístico y empírico del nuevo mercado modelo de la ciudad de Huancayo se detectaron diversas situaciones y características añadidas a las planteadas originalmente en el proyecto. Algunas de ellas condicionaban de manera negativa su relación con la ciudad y las personas, mientras que otras creaban escenarios peculiares de convivencia mixta entre espacios servidores y servidos. A continuación, se definirán algunas estrategias urbanas que funcionan hacia el exterior y el interior del mercado modelo.

En primer lugar, como primero estrategia exterior, se detectó que el límite físico del edificio (el muro perimetral) ya no cumplía su función de contención debido a que la construcción del mercado propició la aparición de pequeñas empresas a su alrededor que con el tiempo se especializaron en cada una de las ofertas del propio mercado. La intención original del proyecto, de formar parte del borde de la ciudad y no tomar protagonismo en las dinámicas urbanas del centro se diluyó en función de un centro de mayor escala en el que se creó un eje cívico - comercial entre la Plaza Constitución y la Plaza Huamanmarca. Es necesario añadir que parte de la población de Huancayo conserva la tradición de construir sus casas contemplando la posibilidad de abrir una pequeña bodega con el fin de poder autogestionarse en momentos de dificultades económicas, es decir que viven con la mentalidad de “guardar pan para mayo”. En parte, debido a esta costumbre el mercado muy pronto se vio rodeado de pequeñas tiendas que intentaban competir y sobrevivir a menor escala, aspecto que a su vez, elevó el valor del suelo, acelerando el proceso de demolición de los edificios históricos para convertirse en galerías o almacenes, e incluso empresas especializadas en la industria agropecuaria, ropa, calzado, abastos, etc. En la búsqueda de generar un equilibrio ante esta situación, el mercado debía dejar de entenderse como un edificio formal sino como su proyección física a través del territorio cercano a él. A partir de esta visión se plantea como primera estrategia abrir la primera planta del edificio quitando el muro perimetral hasta una altura de +4.00m que mantuviese la celosía, y cambiar su uso, convirtiéndose el primer piso en un gran espacio público con una transición permeable entre

el interior y el exterior. Al extender programáticamente la plaza exterior hacia el interior se busca insertar las dinámicas urbanas feriales dentro del edificio sin tener que responder a un límite físico. En segundo lugar, se plantea la actualización de la infraestructura del tren para transformarlo en un tranvía. Además, se retiran las rejas metálicas que lo cercan para prolongar el trazado de la plaza, y al mismo tiempo redefinir su uso como elemento simbólico de la permanencia del patrimonio industrial reconociendo zonas en donde el riel se mantenga intacto. Se plantea la reubicación de las vías de manera que se reorganice el tránsito vehicular reduciéndolo a cuatro carriles. En tercer lugar, se retiran todos los edificios aledaños al mercado modelo que estuvieran en desuso o en condiciones precarias, como el pabellón que albergaba los puestos de mercado exteriores, la zona de carga y descarga, la estructura abandonada de la guardería, los módulos de venta de flores y los puestos informales. De esta forma, nos queda una gran explanada que será acotada para la creación de la nueva plaza urbana. En cuarto lugar, se definen dos nuevos edificios que la contendrán, teniendo en consideración una transición amable de la escala del mercado modelo hasta las viviendas. El primero de ellos, emplazado paralelo a la calle Cajamarca, es un edificio de dos plantas que se proyecta en su primer nivel como una estación del nuevo tren urbano y albergaría los módulos de venta de flores; mientras que el segundo nivel sería una extensión formal y programática del mercado modelo al que se conectaría por medio de un puente peatonal elevado y terminaría en una cafetería semi-abierta que en sus bordes funcionará como mirador hacia la plaza. Este edificio prolonga la arquitectura de los muros del mercado modelo a manera de fachada proporcionada a su propia escala. Por otro lado, el segundo edificio que termina de configurar el espacio central de la plaza se proyecta como un gran techo que explora la sensación de estar en un espacio abierto, pero protegido de la lluvia y la radiación solar al proyectar una considerable área en sombra. Su virtud es estructural y sensitiva, ya que lleva replantea la lógica formal de la viga en "Y" del mercado modelo, mientras que genera un contraste con la fina cubierta vidriada, y, a su vez, flota sobre la prolongación de el espacio ferial. En quinto lugar, se propone la continuación de los ejes creados por la prolongación del pasaje interior de la manzana perpendicular a la calle Cajamarca y la peatonalización de la calle Mantaro. Por último, como sexta estrategia exterior se plantea el retranqueo del del muro cortina que se propone como cerramiento del mercado modelo orientada hacia la nueva plaza urbana para permitir una franja techada y contenida por la continuación del muro elevado. El resultado es un espacio de transición abierto y techado que recibe a la gente que se dirige al mercado desde la plaza pero que desde el exterior se percibe como parte del edificio preexistente. Este retranqueo sucede de la misma forma en la cara opuesta del proyecto con el objetivo de plantear una igualdad cualitativa en el tratamiento urbano.

Por otra parte, el interior del mercado modelo se intervino con estrategias que busquen mejorar la calidad de la atención; así como su conexión programática, estética y formal. En primer lugar, a nivel de accesibilidad, se plantea la construcción de nuevos ingresos permitirán el ingreso del nuevo mercado modelo a través de la prolongación física de la plaza en el primer nivel o por el recorrido que pasa por la rampa exterior para luego ingresar directamente hacia el segundo nivel del mercado intercalando entre interior y exterior a medida que se pasa por los diferentes programas como la estación, la cafetería y el mirador.

Este segundo recorrido traspasa el volumen y se inserta en el segundo nivel para prolongar una circulación fluida que deriva en un espacio común de restaurantes y mirador en el

volumen interno del mercado. En segundo lugar, se plantea el retranqueo en planta del segundo nivel dándole prioridad a la parte que continúa el recorrido de la rampa, para que el espacio de la mezzanine y el primer nivel compartan una única sensación espacial de amplitud. Este gran espacio en doble altura se concibe como un elemento unitario que será subdividido a partir de la modulación del mobiliario y el espacio público. Con esta nueva percepción del espacio se plantea la redistribución de los usos que en primera instancia se aglomeraban en la mezzanine, de forma que su nueva lógica se adhiera a lineamientos que cumplan la normativa de salubridad y funcionalidad. Es por ello, que como tercera estrategia interna se procedió al diseño detallado de cada tipo de módulo, llegando a la conclusión luego de un análisis legislativo y práctico de que las medidas mínimas para cada uno eran 3x2m y que dentro de ese espacio se incluía el área de circulación del vendedor, así como el espacio para los equipos de extracción de aire, instalaciones sanitarias de agua y desagüe, y un pequeño sector de almacenamiento secundario. Se plantearon dos tipos de módulos dependiendo a su proximidad a las actividades que sucederían al exterior del mercado: temporales y permanentes. En su mayoría se ubicaron módulos permanentes, con excepción de la zona sur del mercado en donde se dispusieron los módulos temporales móviles que tenían la capacidad de unirse y separarse entre sí de manera que formaran espacios más grandes y complejos capaces de albergar otros usos como galería o talleres. Por otro lado, como cuarta estrategia se diseña el segundo nivel, en función de su carácter de contemplación y movimiento, como el área de restaurantes con la condición de que estos utilizarán únicamente los productos que se venden en el mercado, con el objetivo de promover la gastronomía de la ciudad de Huancayo y sus alrededores. Además, como quinta estrategia, se plantean dos circulaciones vehiculares independientes que llevan al sótano de estacionamientos, una destinada a los usuarios del establecimiento, y la otra destinada al transporte de los productos destinados a la venta, así como para el acopio y traslado de la basura al exterior; así como se destina un área para el almacenaje general de los productos del mercado. Por último, como sexta estrategia hacia el interior del mercado, se procura implementar los equipos de extracción de aire que permitan la correcta recirculación del aire.

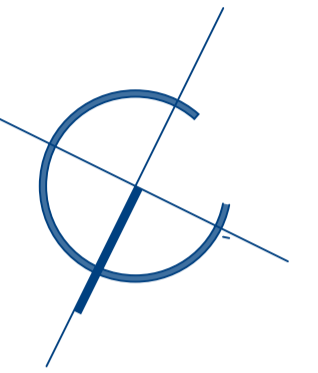
Conclusiones

Para resumir, el “Proyecto Plaza Restauración Urbana” propone la revalorización de un espacio colectivo, el “Mercado Modelo de la ciudad de Huancayo”, a través de estrategias urbanas que permitan recuperar, potenciar y unificar este elemento como parte de un trazado mayor que incluya la participación de la ciudadanía, el diseño del espacio público de carácter social y comercial, y el entendimiento de su evolución histórica y programática anexada a su contexto. Es, a partir del análisis, que se definen los parámetros o ejes principales que articulan el desarrollo del proyecto y se toman las decisiones acerca de la conservación, o no, de los elementos que comprenden su entorno. La estrategia principal parte del entendimiento del mercado como un espacio físico que ha sido rebasado y que se ha extendido de manera programática y funcional a sus alrededores. Es así, que esto se traduce en la demolición de los edificios aledaños al proyecto que están abandonados o en condiciones precarias, y la liberación del primer nivel del mercado, con el objetivo de crear una gran explanada que atravesase todo y que luego será definida por las nuevas edificaciones, cerramientos o mobiliarios propuestos. Como consecuencia de esto, se

plantea la segunda estrategia clave del proyecto, la reinterpretación y diseño de los nuevos edificios a partir de los conceptos constructivos y estructurales del mercado modelo. Gracias a este punto, se logra no sólo una continuidad programática y una definición del espacio, sino que se aprecia una sólo arquitectura que mantiene su esencia pero evoluciona y se adapta con el tiempo.

Andrés Daniel Belsuzarri Castro
20098920





Facultad de
Arquitectura y
Urbanismo de la
Pontificia Universidad
Católica del Perú

MercadoPlaza Reintegración del Mercado Modelo de Huancayo

PFC

Proyecto de Fin de
Carrera

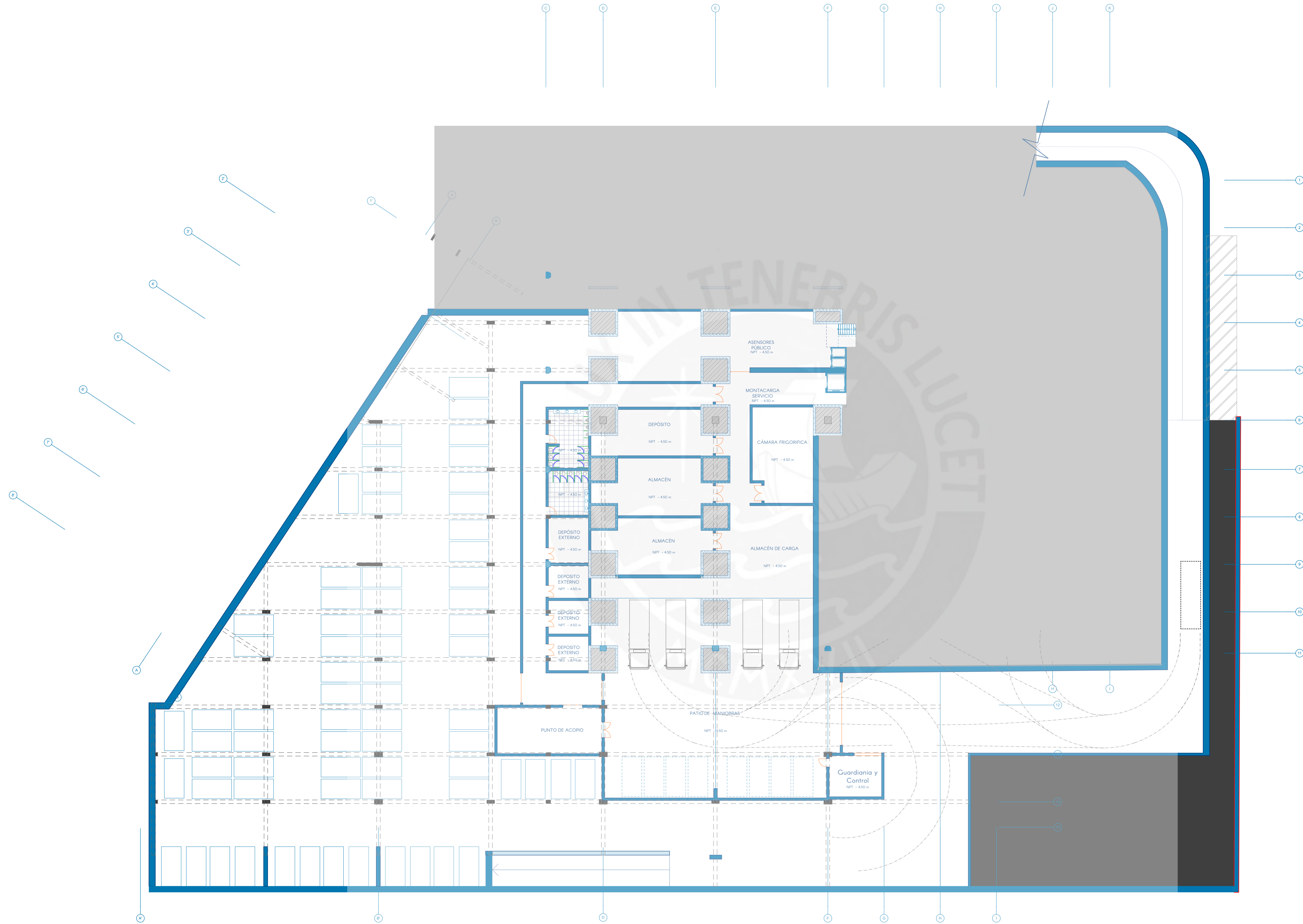
Mención: TRABAJO DE
SUFICIENCIA
PROFESIONAL PARA
OPTAR EL TÍTULO
PROFESIONAL EN
ARQUITECTURA Y
URBANISMO

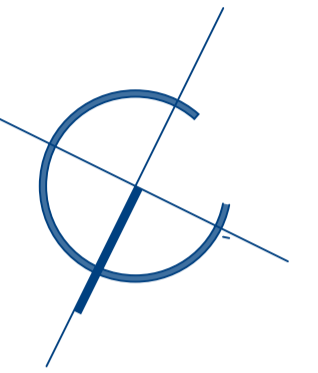
ANDRÉS DANIEL
BELSUZARRI CASTRO
6 de marzo de 2020

esc 1/250

Planta Sótano

L3





Facultad de
Arquitectura y
Urbanismo de la
Pontificia Universidad
Católica del Perú

MercadoPlaza
Reintegración
del Mercado
Modelo de
Huancayo

PFC

Proyecto de Fin de
Carrera

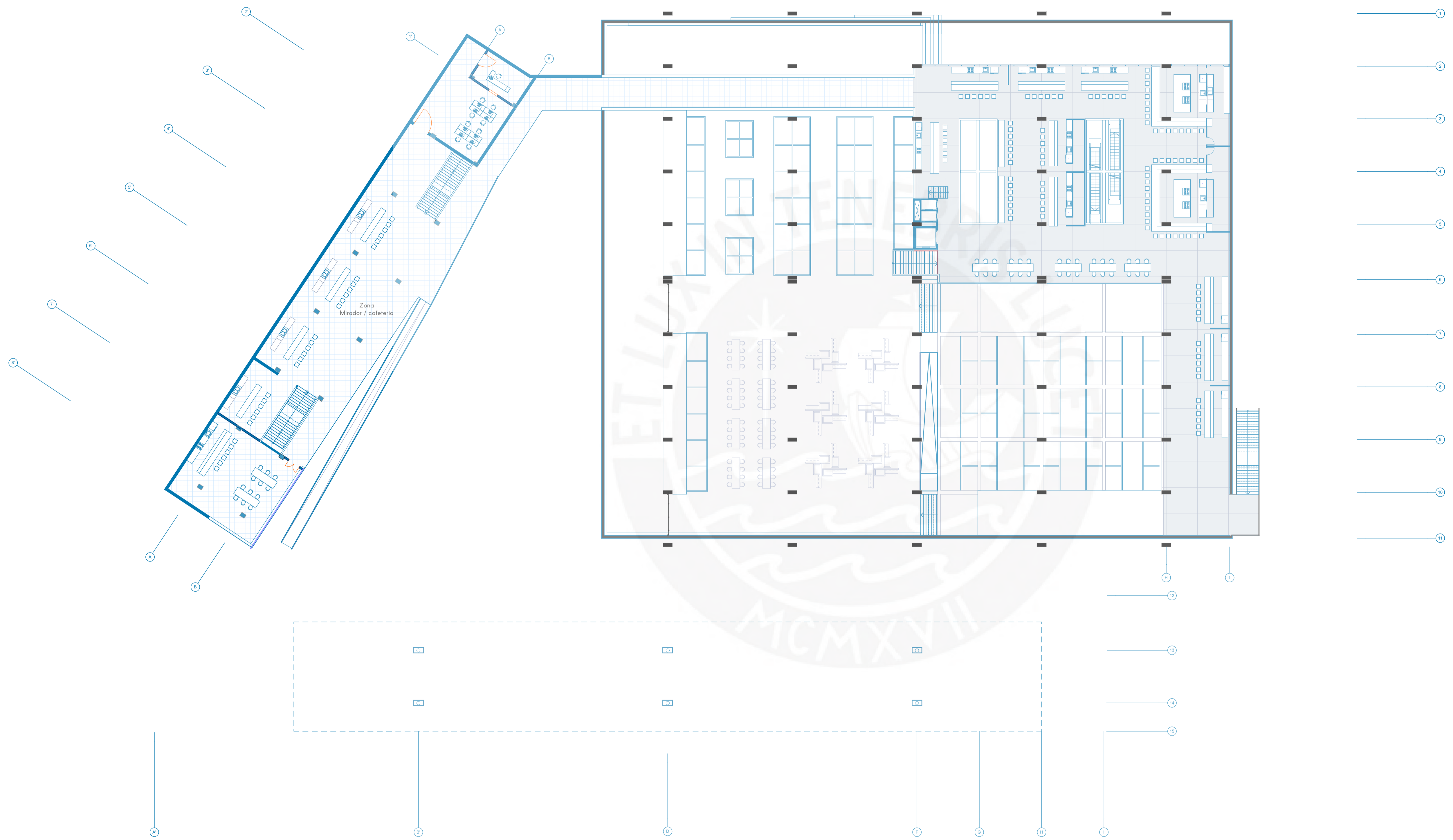
Mención: TRABAJO DE
SUFICIENCIA
PROFESIONAL PARA
OPTAR EL TÍTULO
PROFESIONAL EN
ARQUITECTURA Y
URBANISMO

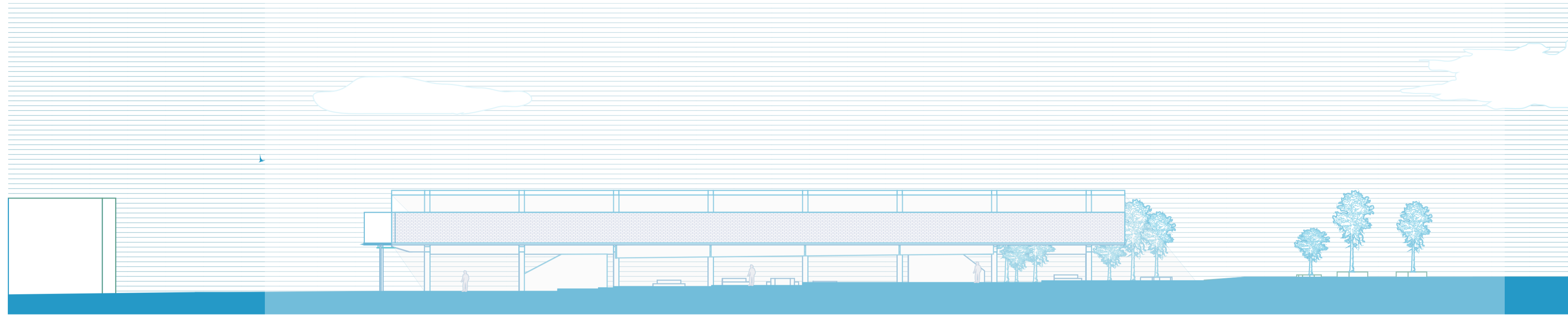
ANDRÉS DANIEL
BELSUZARRI CASTRO
6 de marzo de 2020

esc 1/250

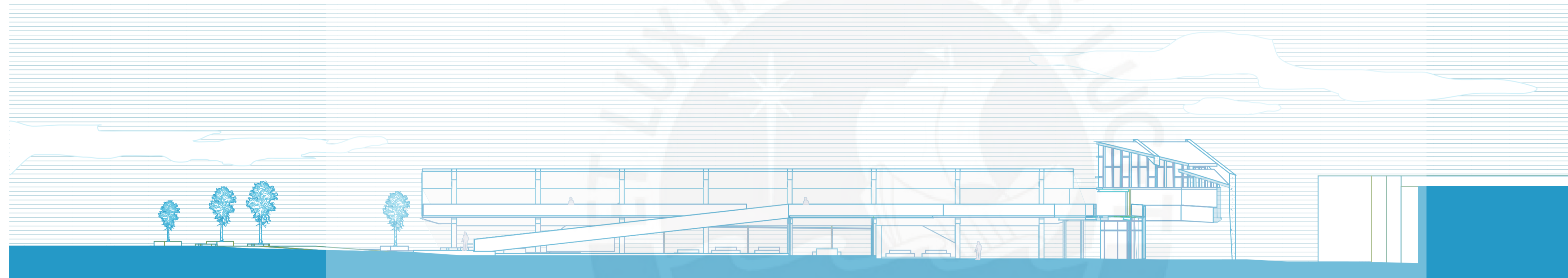
Segundo Piso

L4

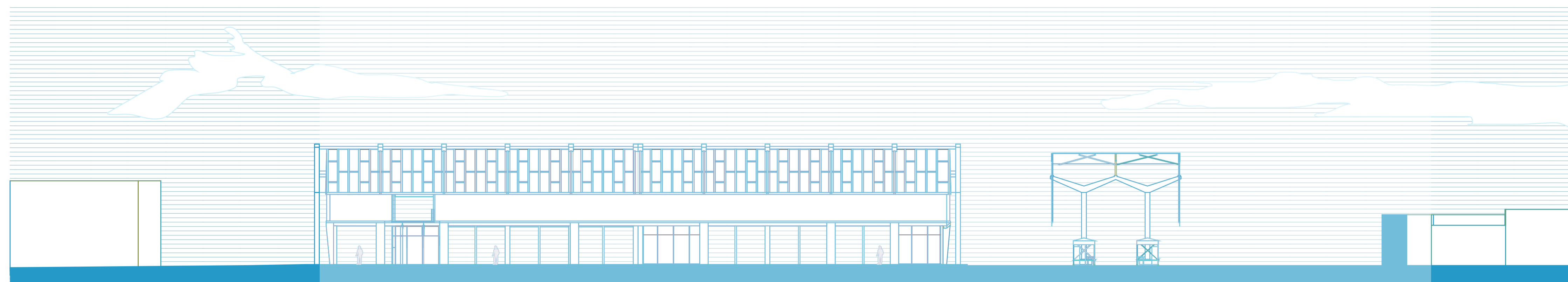




ELEVACIÓN 4



ELEVACIÓN 5



ELEVACIÓN 6



Facultad de
Arquitectura y
Urbanismo de la
Pontificia Universidad
Católica del Perú

MercadoPlaza
Reintegración
del Mercado
Modelo de
Huancayo

PFC

Proyecto de Fin de
Carrera

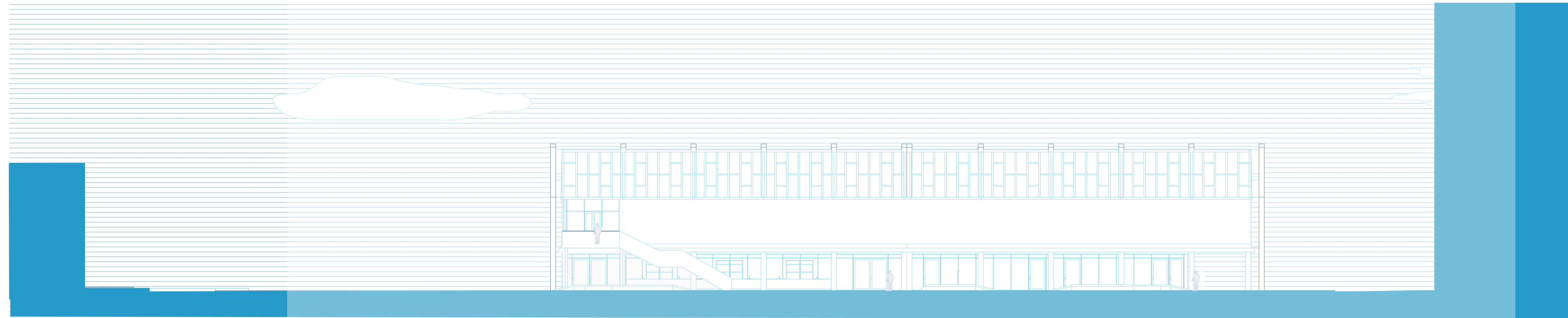
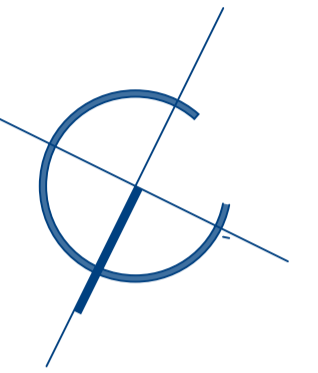
Mención: TRABAJO DE
SUFICIENCIA
PROFESIONAL PARA
OPTAR EL TÍTULO
PROFESIONAL EN
ARQUITECTURA Y
URBANISMO

ANDRÉS DANIEL
BELSUZARRI CASTRO
6 de marzo de 2020

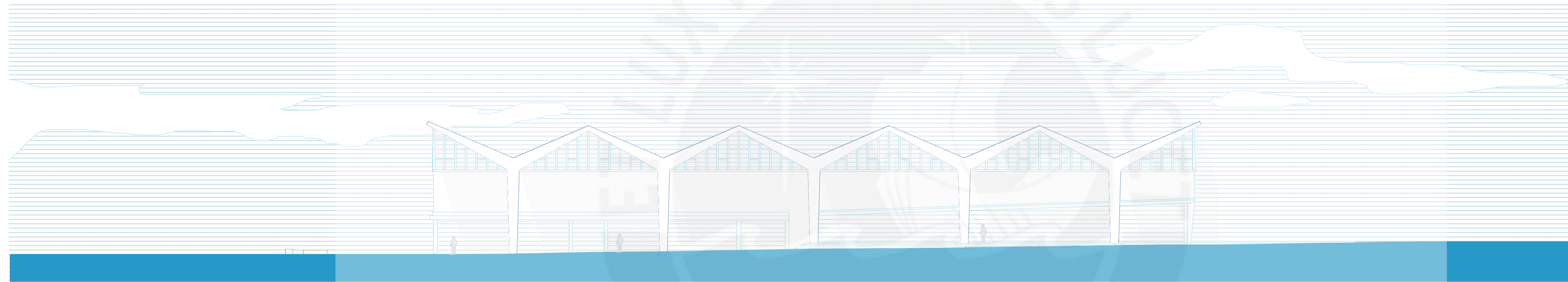
esc 1/250

Elevaciones 4,5,6

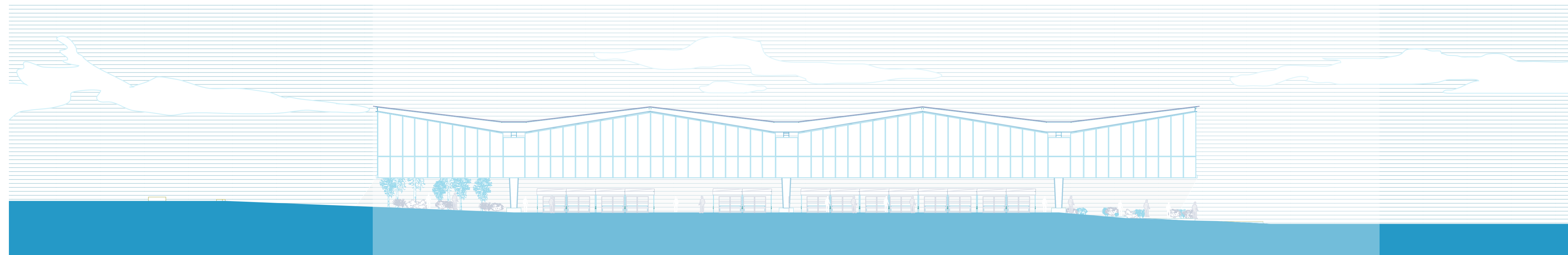
L6



Elevación 1-1



Elevación 2-2



Elevación 3-3

Facultad de
Arquitectura y
Urbanismo de la
Pontificia Universidad
Católica del Perú

MercadoPlaza
Reintegración
del Mercado
Modelo de
Huancayo

PFC

Proyecto de Fin de
Carrera

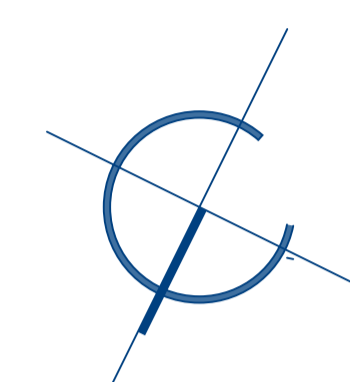
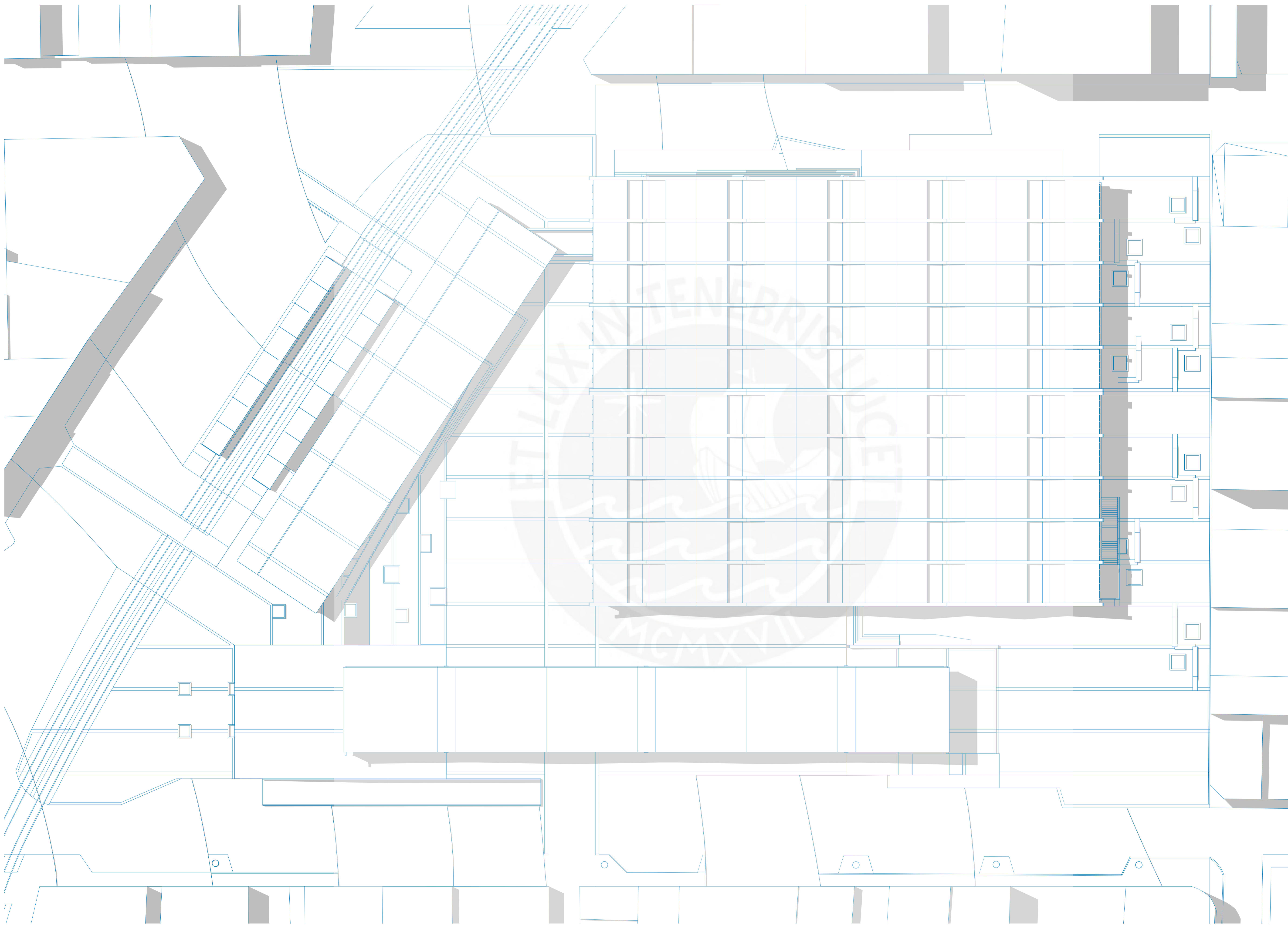
Mención: TRABAJO DE
SUFICIENCIA
PROFESIONAL PARA
OPTAR EL TÍTULO
PROFESIONAL EN
ARQUITECTURA Y
URBANISMO

ANDRÉS DANIEL
BELSUZARRI CASTRO
6 de marzo de 2020

esc 1/250

Elevaciones 1,2,3

L5



Facultad de
Arquitectura y
Urbanismo de la
Pontificia Universidad
Católica del Perú

MercadoPlaza
Reintegración
del Mercado
Modelo de
Huancayo

PFC

Proyecto de Fin de
Carrera

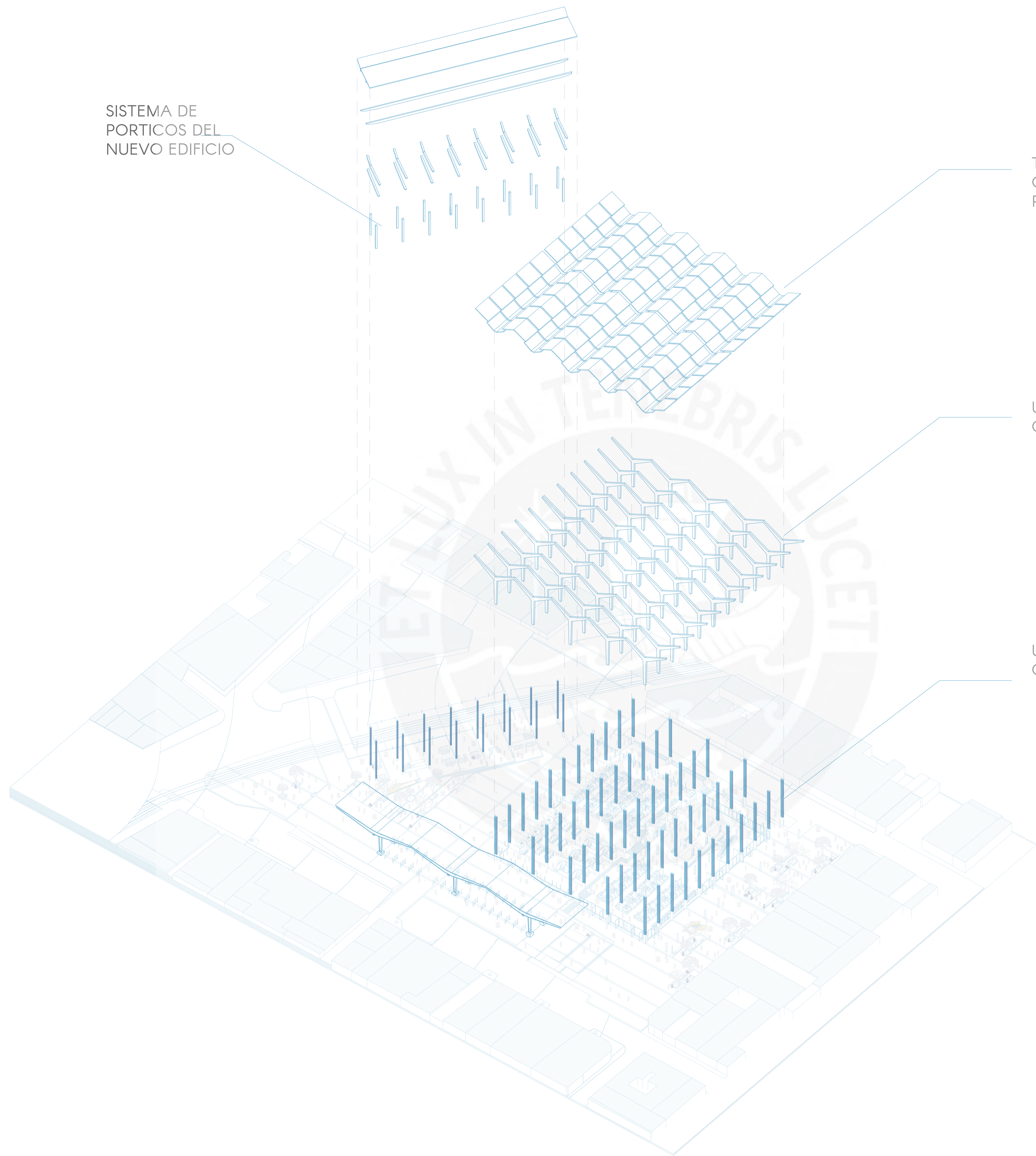
Mención: TRABAJO DE
SUFICIENCIA
PROFESIONAL PARA
OPTAR EL TÍTULO
PROFESIONAL EN
ARQUITECTURA Y
URBANISMO

ANDRÉS DANIEL
BELSUZARRI CASTRO
6 de marzo de 2020

esc 1/250

PLANTA TECHOS

L7



SISTEMA DE PORTICOS DEL NUEVO EDIFICIO

TECHO DE CONCRETO PLEGADO

UBICACION DE LAS COLUMNAS

UBICACION DE LAS COLUMNAS



Facultad de
Arquitectura y
Urbanismo de la
Pontificia Universidad
Católica del Perú

MercadoPlaza
Reintegración
del Mercado
Modelo de
Huancayo

PFC

Proyecto de Fin de
Carrera

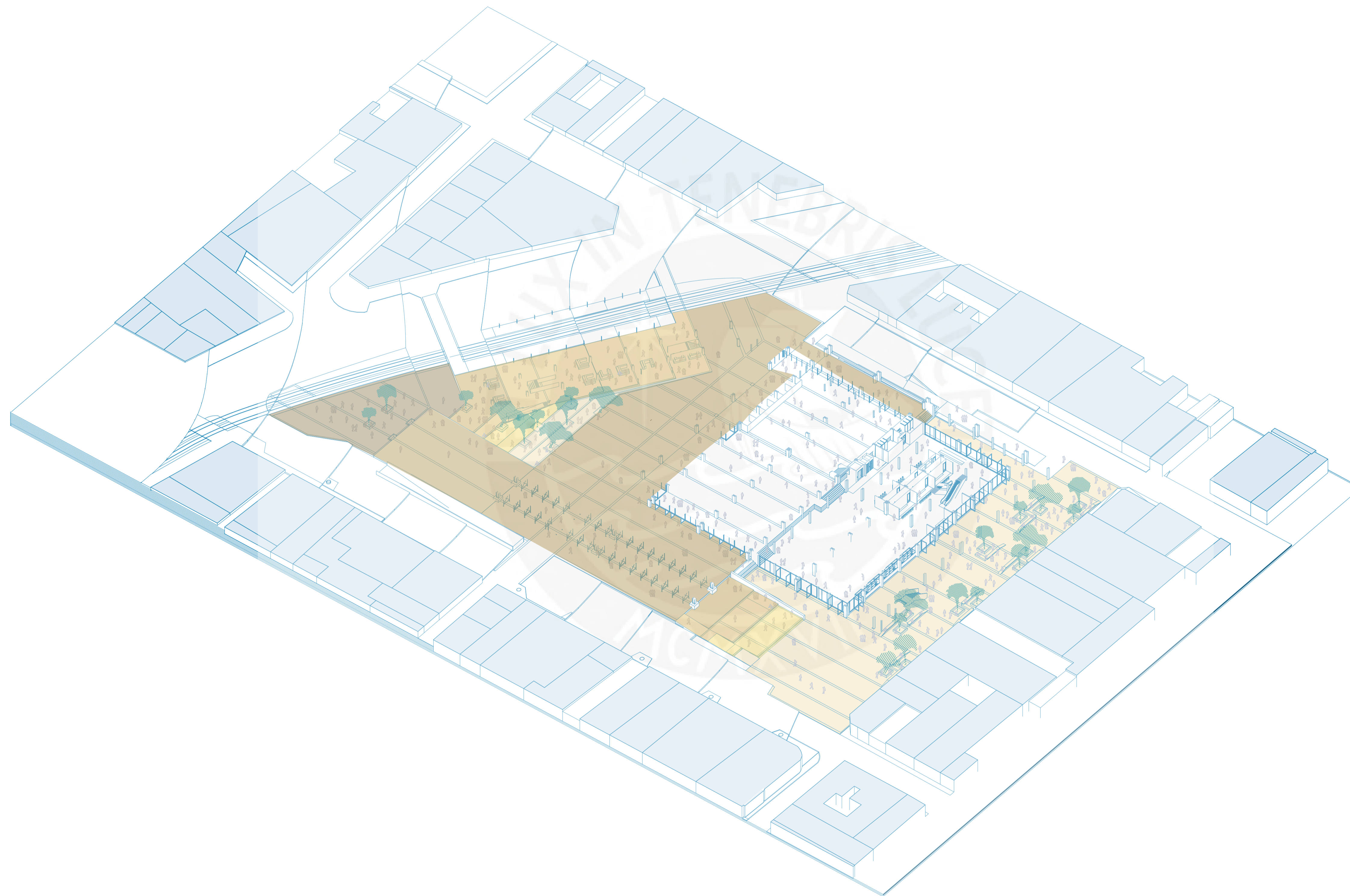
Mención: TRABAJO DE
SUFICIENCIA
PROFESIONAL PARA
OPTAR EL TÍTULO
PROFESIONAL EN
ARQUITECTURA Y
URBANISMO

ANDRÉS DANIEL
BELSUZARRI CASTRO
6 de marzo de 2020

esc 1/250

AXONOMETRIA
ESTRUCTURAS

L8



Facultad de
Arquitectura y
Urbanismo de la
Pontificia Universidad
Católica del Perú

MercadoPlaza
Reintegración
del Mercado
Modelo de
Huancayo

PFC

Proyecto de Fin de
Carrera

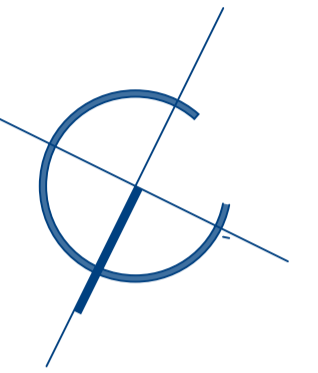
Mención: TRABAJO DE
SUFIENCIA
PROFESIONAL PARA
OPTAR EL TÍTULO
PROFESIONAL EN
ARQUITECTURA Y
URBANISMO

ANDRÉS DANIEL
BELSUZARRI CASTRO
6 de marzo de 2020

esc 1/250

AXONOMETRIA
PLATAFORMAS VS
VEGETACION

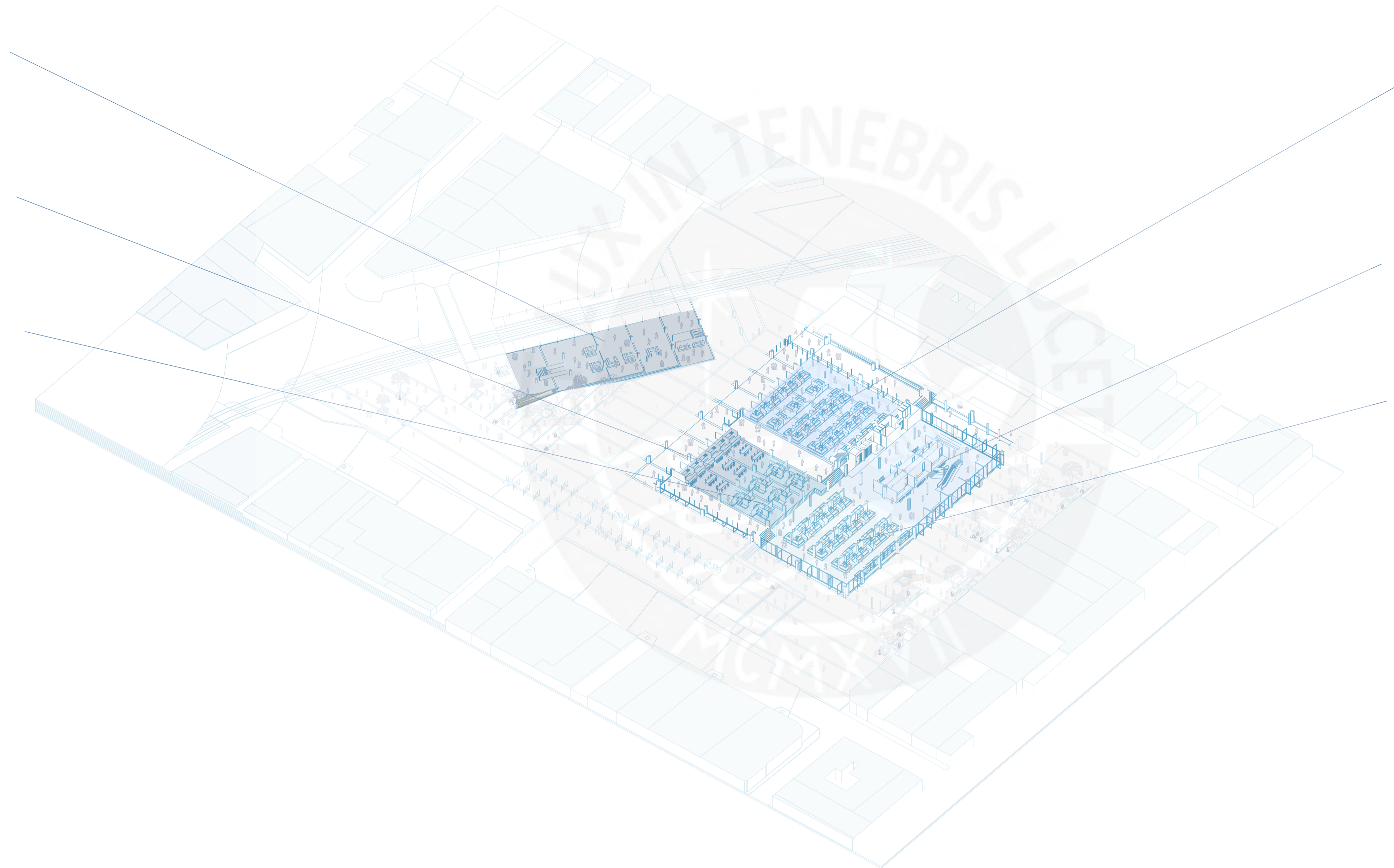
L8



VENTA DE FLORES Y
SERVIDOR DE LA ESTACION

MENUS

MODULOS DE MERCADO
MOBILIARIO MOVIL



MODULOS DE MERCADO
MOBILIARIO PERMANENTE

RESTAURANTES

MODULOS DE MERCADO

Facultad de
Arquitectura y
Urbanismo de la
Pontificia Universidad
Católica del Perú

MercadoPlaza
Reintegración
del Mercado
Modelo de
Huancayo

PFC

Proyecto de Fin de
Carrera

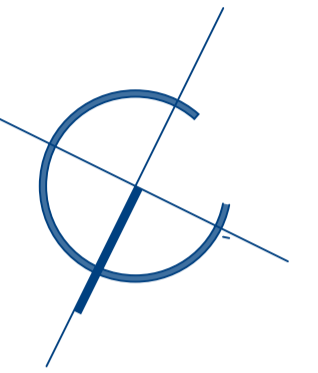
Mención: TRABAJO DE
SUFICIENCIA
PROFESIONAL PARA
OPTAR EL TÍTULO
PROFESIONAL EN
ARQUITECTURA Y
URBANISMO

ANDRÉS DANIEL
BELSUZARRI CASTRO
6 de marzo de 2020

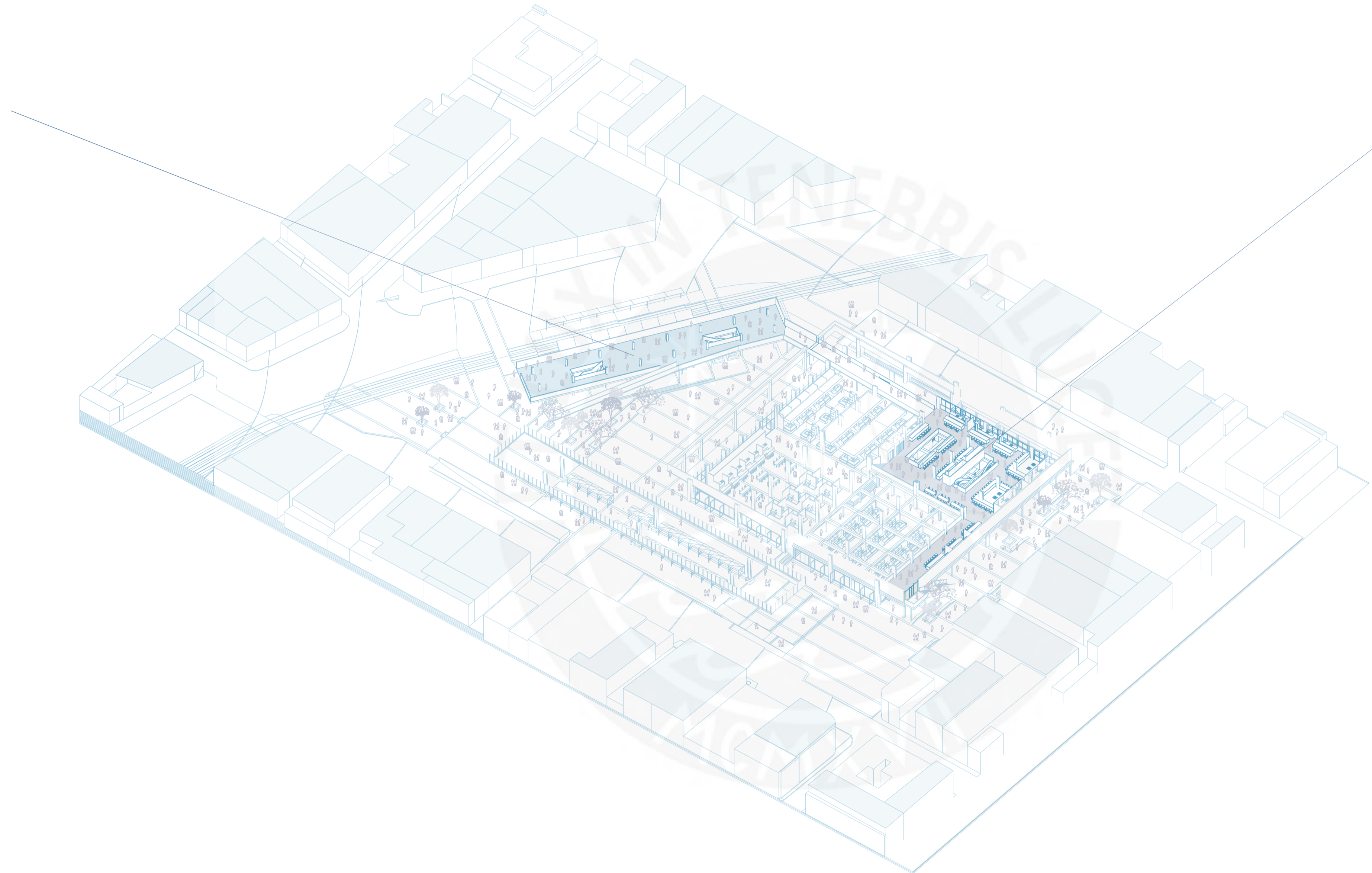
esc 1/250

AXONOMETRIA
PROGRAMA

L9



ZONA DE CAFETERIAS Y ADMINISTRACION



RESTAURANTES ESPECIALIZADOS

Facultad de
Arquitectura y
Urbanismo de la
Pontificia Universidad
Católica del Perú

MercadoPlaza
Reintegración
del Mercado
Modelo de
Huancayo

PFC

Proyecto de Fin de
Carrera

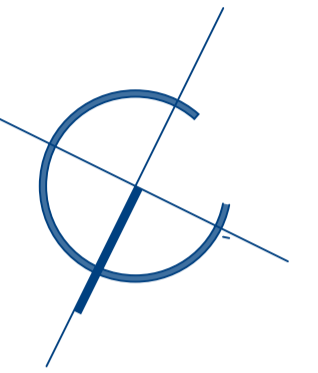
Mención: TRABAJO DE
SUFICIENCIA
PROFESIONAL PARA
OPTAR EL TÍTULO
PROFESIONAL EN
ARQUITECTURA Y
URBANISMO

ANDRÉS DANIEL
BELSUZARRI CASTRO
6 de marzo de 2020

esc 1/250

AXONOMETRIA
PROGRAMA

L10

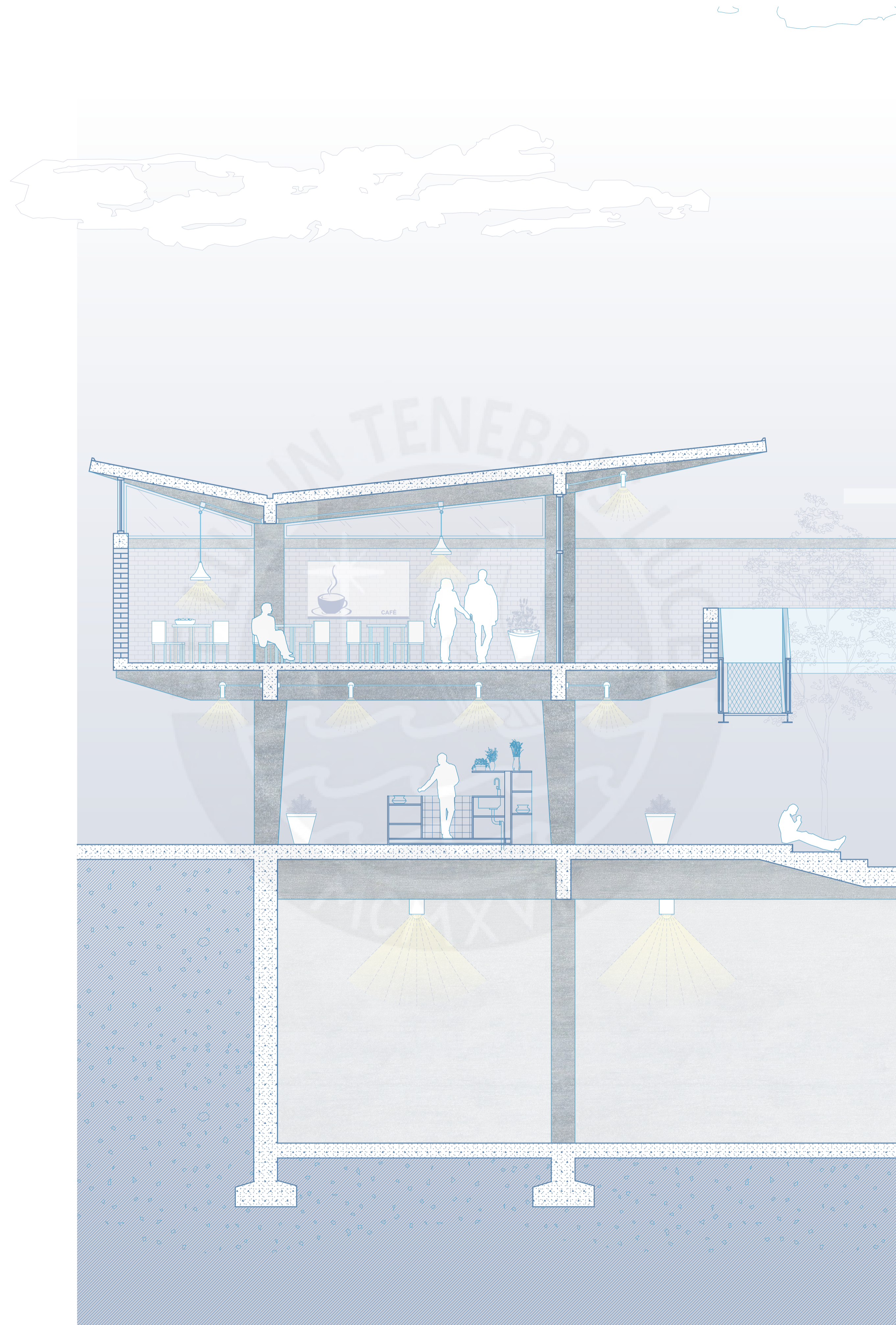


n.p.t. + 9.15 m

n.p.t. + 8.00 m.

n.p.t. + 1.20 m.

n.p.t. -6.50 m.



Facultad de
Arquitectura y
Urbanismo de la
Pontificia Universidad
Católica del Perú

MercadoPlaza
Reintegración
del Mercado
Modelo de
Huancayo

PFC

Proyecto de Fin de
Carrera

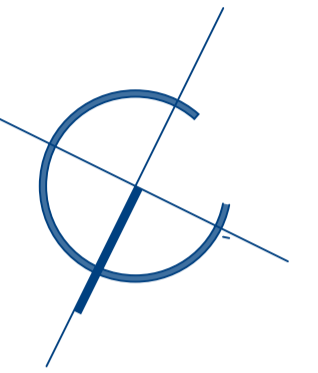
Mención: TRABAJO DE
SUFICIENCIA
PROFESIONAL PARA
OPTAR EL TÍTULO
PROFESIONAL EN
ARQUITECTURA Y
URBANISMO

ANDRÉS DANIEL
BELSUZARRI CASTRO
6 de marzo de 2020

esc 1/250

CORTE
DETALLE

L11



Facultad de
Arquitectura y
Urbanismo de la
Pontificia Universidad
Católica del Perú

MercadoPlaza
Reintegración
del Mercado
Modelo de
Huancayo

PFC

Proyecto de Fin de
Carrera

Mención: TRABAJO DE
SUFICIENCIA
PROFESIONAL PARA
OPTAR EL TÍTULO
PROFESIONAL EN
ARQUITECTURA Y
URBANISMO

ANDRÉS DANIEL
BELSUZARRI CASTRO
6 de marzo de 2020

esc 1/250

CORTE
DETALLE

L12

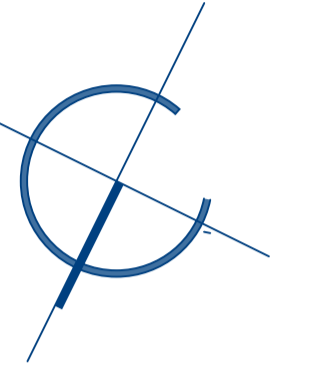
n.p.t. + 11.20

n.p.t. + 8.00 m.

n.p.t. + 0.00 m.

n.p.t. -6.50 m.





Facultad de
Arquitectura y
Urbanismo de la
Pontificia Universidad
Católica del Perú

MercadoPlaza
Reintegración
del Mercado
Modelo de
Huancayo

PFC

Proyecto de Fin de
Carrera

Mención: TRABAJO DE
SUFICIENCIA
PROFESIONAL PARA
OPTAR EL TÍTULO
PROFESIONAL EN
ARQUITECTURA Y
URBANISMO

ANDRÉS DANIEL
BELSUZARRI CASTRO
6 de marzo de 2020

esc 1/250

Planta Base

L2

