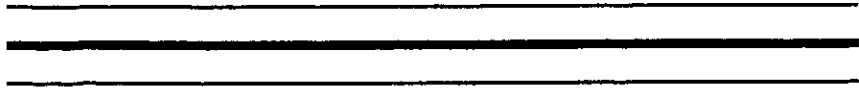




2 875244



UNIVERSIDAD VILLA RICA

**ESTUDIOS INCORPORADOS A LA UNIVERSIDAD
NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO**

FACULTAD DE ARQUITECTURA

**“MERCADO EN LA ZONA PONIENTE
DEL PUERTO DE VERACRUZ”**

T E S I S

Que para obtener el título de:

ARQUITECTA

P R E S E N T A

BERTHA ALICIA DEL PILAR BRANDT MARTINEZ

ASESOR DE TESIS

M.ARQ. RICARDO FERNANDEZ RIVERO

REVISOR DE TESIS

ARQ. CAROLINA ACOSTA GARCIA

BOCA DEL RIO, VER.

2001

299104



Universidad Nacional
Autónoma de México

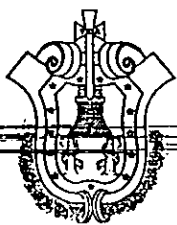


UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.



DIRECCION GENERAL DE DESARROLLO URBANO
OBRAS Y SERVICIOS PUBLICOS

DIRECCION DE PLANEACION, LICENCIAS, ASENTAMIENTOS
HUMANOS Y ECOLOGIA.

MUNICIPIO
DE VERACRUZ
1998-2000

ARQ. ARMANDO CARDEL TAPLA
DIRECTOR DE LA FACULTAD DE ARQUITECTURA
UNIVERSIDAD VILLA RICA A.C.
P R E S E N T E.

Por este medio informo a usted que esta Dirección a mi cargo no tiene inconveniente que la C. Bertha Alicia del Pilar Brandt Martínez, desarrolle el tema de tesis " Mercado en la Zona Poniente de la Ciudad de Veracruz, Ver.". Cabe hacer mención que se le brindaran todas las facilidades necesarias para el desarrollo de su trabajo.

Sin otro particular, aprovecho la ocasión para enviarle un cordial saludo.

ATENTAMENTE

ING. EMILIO MANZANARES VIVES
COORDINADOR GENERAL DE LA
DIRECCION DE PLANEACION, LICENCIAS
ASENT. HUMANOS Y ECOLOGIA.



DIRECCION DE PLANEACION
ASENTAMIENTOS HUMANOS Y ECOLOGIA

DEDICATORIAS

DIOS: "GRACIAS POR SER EL AMIGO QUE CAMINA JUNTO A MI"

A MIS PADRES: "SIMPLEMENTE GRACIAS POR VIVIR POR ESTAR AHÍ EN TODOS LOS MOMENTOS DE MI VIDA"

PAPI: GRACIAS POR TODO EL APOYO Y TU INTERES PORQUE CONCLUYA MIS ESTUDIOS, SÉ PERFECTAMENTE QUE AUNQUE NO ESTES SIEMPRE FÍSICAMENTE AQUI CONMIGO ESTAS ESPIRITUALMENTE Y ESTAS AL TANTO PORQUE CADA DIA ME SUPERE MÁS.

MAMUCHIS: GRACIAS HORMIGUITA CHULA POR CREER EN MI, POR MOTIVARME DIA A DIA A QUE CONCLUYA UNA DE MIS TANTAS METAS QUE ME PROPUSE EN LA VIDA, TE AGRADEZCO TODOS TUS CONSEJOS, TUS ESFUERZOS, POR TUS DESVELOS POR TUS PREOCUPACIONES Y POR DARNOS EL MEJOR EJEMPLO QUE ES EL NO DEJARNOS VENCER POR CUALQUIER ADVERSIDAD O VIENTO FUERTE QUE SE NOS PRESENTE EN EL CAMINO DIARIO DE LA VIDA.

CREO QUE ESTE TRIUNFO NO ES SOLO MIO ES DE TODOS; GRACIAS POR TODO SU ESFUERZO POR DARME ESTUDIOS LOS QUIERO MUCHO Y LOS ADORO.

¡VIVA LA FAMILIA!

A MIS 4 HERMANOS: ALEX, MARIO, VERO Y WILI GRACIAS POR PREOCUPARSE Y POR APOYARME EN TODO Y SOBRE TODO POR SER MIS HERMANOS LOS QUIERO.

ABUE: GRACIAS POR HABER CAMBIADO TE QUIERO MUCHO, YA TE EXTRAÑABA.

A MIS TIOS Y PRIMOS: MANOLO, MARI, CONCHIS, RENE GRACIAS POR ESTAR EN LOS MOMENTOS IMPORTANTES DE MI VIDA Y POR SER PARTE DE **LA GRAN FAMILIA BRANDT LOS QUIERO MUCHO.**

A LA FAMILIA MEDELEZ BORBONIO: AGRADEZCO DE TODO CORAZON QUE SEAN PARTE DE MI VIDA Y DE LA FAMILIA, ASI COMO EL APOYO QUE CADA UNO DE UDS. ME BRINDARON EN SU MOMENTO PARA LLEGAR A CONCLUIR ESTE SUEÑO QUE ES YA UNA REALIDAD EN ESPECIAL A MI PRIMO-PADRINO QUE CON TU CARTA HICISTES QUE REFLEXIONARA Y FUE UNA DE LAS COSAS QUE ME HIZO RESURGIR COMO **EL AVE FÉNIX LOS QUIERO MUCHO.**

A MIS CUÑADOS: EDGAR, HECTOR, IVE GRACIAS POR SU APOYO QUE DEMOSTRARON DE UNA U OTRA FORMA.

A LA FAMILIA VARGAS NAVARRO: MIL GRACIAS POR TODO EL APOYO Y LOS CONSEJOS SABEN QUE YO LAS ESTIMO MUCHO Y AGRADEZCO POR ESTAR CON MI FAMILIA EN TODO MOMENTO.

A MIS CATEDRÁTICOS: AGRADEZCO A TODAS AQUELLAS PERSONAS QUE EN EL CAMINO ESCOLAR O PROFESIONAL PARTICIPARON EN ESTE SUEÑO QUE SÉ CUMPLIO EN UNA REALIDAD; DEBIDO A QUE CADA CATEDRÁTICO ME ENSEÑO LO MEJOR DE ELLOS Y EN LO PROFESIONAL ME ENSEÑARON DISTINTAS FORMAS DE VER LA ARQUITECTURA.

A MIS COMPAÑEROS Y AMIGOS: A CADA UNO AGRADEZCO ÉL HABER CONVIVIDO Y COMPARTIDO DIVERSOS MOMENTOS Y

VIVENCIAS EN EL CAMINO ESTUDIAN'TIL, MOMENTOS GRATOS E INOLVIDABLES QUE SIEMPRE ESTARAN EN MI MENTE Y MI CORAZON, ASI COMO TAMBIEN AQUELLOS QUE EN ALGUN MOMENTO ME APOYARON Y AYUDARON DE UNA U OTRA FORMA
¡GRACIAS!

TONKY: TU NO LEERAS ESTO PERO OTRAS PERSONAS SI Y QUIERO QUE SEPAN QUE TU FUISTE UNOS DE LOS SERES QUE ESTABAN AHÍ COMO BUEN PERRO; ERAS MI DISTRACCIÓN CUANDO ME PASABA LARGAS HORAS EN LA COMPUTADORA O EN LA MESA YA QUE SIEMPRE TE ACERCABAS INSISTENTE PARA QUE TE CHIQUIARA Y HACIAS TODO POR QUE TE CARGARA Y APARTARME UN POCO DE LO QUE HACIA Y LOGRABAS QUE TOMARA UN DESCANSO Y SE ME DESPEJARA LA MENTE GRACIAS TE QUIERO.

QUIERO AGRADECER A UNA PERSONITA MUY ESPECIAL QUE FORMO PARTE DE MI VIDA POR UN TIEMPO A LA CUAL LE GUARDO UN RECUERDO MUY GRATO EN MI CORAZON YA QUE ME ENSEÑO Y ME BRINDO COSAS BUENAS TANTO EN LO PROFESIONAL COMO EN LO PERSONAL **GRACIAS PORQUE EN SU MOMENTO ESTUVISTE SIEMPRE APOYÁNDOME GIL.**

AGRADEZCO TAMBIEN A TODAS AQUELLAS PERSONAS QUE ME APOYARON

INDICE

INTRODUCCION

CAPITULO I METODOLOGIA

1.1	Planteamiento del problema.....	2
1.2	Justificación.....	3
1.3	Objetivos.....	6
	*Generales	
1.4	Hipótesis.....	6
	*De Trabajo	
	*Nula	
	*Alternativa	
1.5	Variables.....	7
	*Dependiente	
	*Independiente	
1.6	Tipo de estudio.....	8
1.7	Población y muestra.....	29
1.8	Instrumentos de medición.....	29
1.9	Recopilación de datos.....	30
1.10	Proceso.....	30
1.11	Procedimiento.....	31
1.12	Análisis de datos.....	32
1.13	Importancia del estudio.....	32
1.14	Limitaciones de estudio.....	33

CAPITULO II MARCO TEORICO

2.1	Análisis tipológicos en modelos análogos...	34
2.2	Localización geográfica.....	43
2.3	Descripción del proyecto.....	45
2.4	Memoria descriptiva.....	48
2.4.1	Acabados de locales.....	50
2.4.2	Memoria constructiva del mercado.....	53

CAPITULO III CONCLUSIONES

3.1	Conclusiones.....	57
3.2	Planos arquitectónicos.....	61
3.3	Bibliografía.....	91

INTRODUCCION

En México, los mercados son esquemas comerciales de origen remoto, que siguen vigentes por su importante función en el abasto de productos básicos y de consumo generalizado.

En este proyecto de tesis se va a destacar como día a día vamos perdiendo nuestras costumbres, nuestro tradicionalismo y estamos adoptando tipologías de otros países un ejemplo de ello son todos aquellos supermercados que cada día se construyen mas aquí en el puerto de Veracruz; a lo largo de este proyecto de tesis voy a presentar un estudio sobre como eran los mercados de nuestros antepasados y de cómo han ido evolucionando de acuerdo a las épocas, hasta llegar a nuestros días, así como también se darán las ventajas y desventajas de estos mismos y finalmente se presentara un proyecto piloto de prototipo de mercado ideal.

CAPITULO I

METODOLOGIA

1.1 Planteamiento del problema

Se entiende por mercado aquel lugar o espacio real de encuentro entre la oferta y la demanda. En sentido económico, es un ámbito teórico, y en sentido comercial es el lugar donde vendedores y compradores concurren para efectuar las operaciones, sea para el aprovisionamiento diario de los alimentos, para la negociación y contratación de la producción de un país o del extranjero.

Como vemos en el mercado se realiza una forma muy antigua de compra y venta, así como también es el lugar donde la comunidad va encontrar toda clase de mercancía típica del lugar.

En la zona poniente del puerto de Veracruz, se carece de un mercado donde las comunidades en general de dicha zona realicen sus compras por lo que tienen que trasladarse al centro de la ciudad o a otras zonas, por ello se requiere investigar si en la zona poniente del puerto de Veracruz se requiere de un mercado que satisfaga las necesidades de los habitantes de esa zona y a su vez lograr rescatar todas esas tradiciones que estamos perdiendo hoy en día; un ejemplo de ello son los mercados, ya que últimamente en Veracruz ha tenido un gran auge en la construcción de supermercados o bodegas comerciales.

1.2 Justificación.

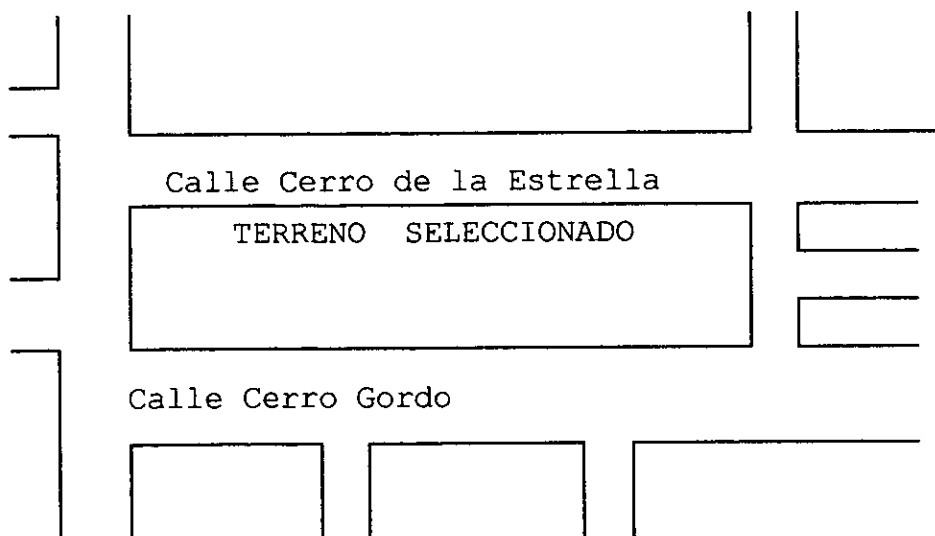
La realización de esta investigación es de gran importancia para la elaboración de un proyecto ya que partiremos de 3 puntos importantes por lo cual se determino hacer un mercado:

- 1.-El rescate de nuestras costumbres.
- 2.-La fusión de arquitectura tradicionista (en lo que respecta a mercados) con soluciones nuevas.
- 3.-Satisfacer una de las necesidades de la población por su alto crecimiento urbano.

En los últimos años el puerto de Veracruz ha tenido un alto crecimiento en la zona poniente y esto a su vez

ha originado que se requiera de diversos servicios en lo que ahora forma parte de la mancha urbana.

Haciendo un análisis general de las características de la población, me encontré con diversas necesidades, por lo que tuve que jerarquizarlas y la de mayor importancia, es la construcción de un mercado que permita a la población encontrar toda clase de mercancías a un buen precio y en un lugar donde puedan realizar sus compras, sin tener que trasladarse a un lugar más lejano de sus hogares. La elección del terreno se hizo mediante un estudio urbano para lo cual me apoye con el municipio para ver en esa zona que terrenos están destinados para la comercialización y dado en ello encontre uno que cuenta con todos los servicios como son: agua, luz, línea telefónica, drenaje y transporte publico; este se localiza en la zona poniente del puerto de Veracruz en la calle Cerro Gordo entre J.B.Lobos y Cerro de la Estrella.



En este proyecto pretendo hacer una fusión de arquitectura tradicionalista con soluciones nuevas, al decir tradicionalista me refiero al rescate de la funcionalidad que los mercados antiguos manejan conforme a mantener bien delimitadas las zonas por medio de locales y pasillos; con respecto a las soluciones nuevas pretendo manejar pasillos de servicio donde solo los locatarios pueden utilizar para su abastecimiento o desecho de basura, sin entorpecer a los compradores, así como también contarán los locales con bodegas propias y otras adicionales en el sótano, y por medio de soluciones arquitectónicas y políticas que el mismo mercado tendrá que tener promuevo técnicas de higiene que en el proyecto se verán, ya que creo que nosotros como arquitectos debemos realizar proyectos que de cierta manera sirvan de guía para una educación conjunta. Por medio de este proyecto pretendo que la gente se de cuenta como hemos ido perdiendo nuestras costumbres y raíces y que este es un vivo ejemplo de cómo estamos adoptando características y formas de vida de otros países y poco a poco estamos acabando con las nuestras, con ello me he dado a la tarea de rescatar nuestras costumbres y raíces, además creo que el proyecto de un mercado es un buen ejemplo de ello porque últimamente aquí en el puerto de Veracruz se han

construido mas supermercados o mejor dicho bodegas comerciales y los mercados se están quedando en el olvido.

1.3 Objetivos.

GENERALES:

- Crear un punto de comercio donde entren en juego la oferta y la demanda y así lograr fuentes de empleo.
- El rescatar y dar a los mercados una nueva imagen.
- Hacer una fusión de arquitectura tradicionalista con soluciones nuevas.
- Satisfacer una de las necesidades de la población por su alto crecimiento urbano.

1.4 Hipótesis.

Hipótesis de Trabajo.

La construcción de un mercado en la zona poniente logrará satisfacer una de las necesidades de la población, así como también abrirá nuevas fuentes de empleo y podrá propiciar otro foco comercial donde entre en juego la oferta y la demanda y coadyuvará a restablecer a los mercados propiciando un mejor ambiente y una nueva imagen al hacer esta fusión de arquitectura tradicionalista con soluciones nuevas.

Hipótesis Nula.

La construcción de un mercado en la zona poniente no logrará satisfacer las necesidades de la población ni abrirá nuevas fuentes de empleo así como tampoco propiciará otro foco comercial donde entre en juego la oferta y la demanda y no coadyuvará a restablecer el ambiente y la imagen de los mercados con dicha fusión.

Hipótesis Alternativa.

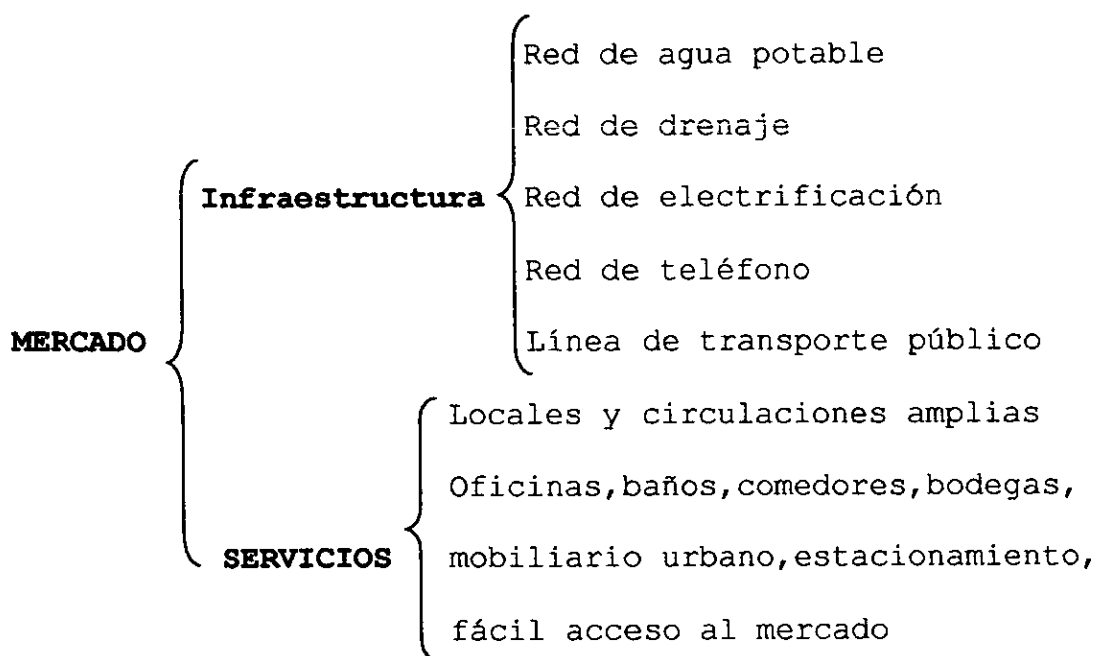
La construcción de un mercado en la zona poniente logrará satisfacer una de las necesidades de la población y será este un ejemplo para remodelar otros mercados ya existentes aquí en el puerto de Veracruz, pero no tendrá el éxito que se esperaba por razones comerciales ya existentes en la zona.

1.5 Variables.

Las variables dependientes son:

MERCADO	{	Población
	{	Infraestructura
	{	Servicios

Para que un mercado funcione debe haber población y esta es en la zona poniente, y para que la población vaya al mercado el debe contar con ciertas características como son:



La variable independiente serán todos los vendedores ambulantes que afectan de modo indirecto a las ventas o al éxito del mercado, ya que estos vendedores no dependen del mercado.

1.6 Antecedentes del tema.

Investigación Histórica.

Definiciones de Mercado: Etimológicamente se deriva del latín Mercatus. Sitio destinado en ciertas poblaciones a la venta y compra de mercancías. Lugar público donde concurren comerciantes y compradores que van a realizar alguna transacción comercial. Contratación pública de mercancías en un sitio determinado para tal efecto y en días señalados.

El mercado es un elemento primordial en la economía de cualquier país, ya que en él convergen elementos como

la oferta y la demanda, puede ser de forma minorista y mayorista, permanente y móvil.

Su función principal es de albergar transacciones comerciales, entre el comprador y el vendedor, principalmente de alimentos, ropa y enseres domésticos.

El edificio se debe diseñar para que tales movimientos se desarrollen en un espacio cómodo, funcional y estético, cuya construcción se pueda llevar a cabo utilizando técnicas contemporáneas adaptadas a los sistemas constructivos locales.

En los primeros años de la historia de la humanidad no existían mercados, así que los hombres primitivos tenían que elaborar sus productos, según sus aptitudes y necesidades.

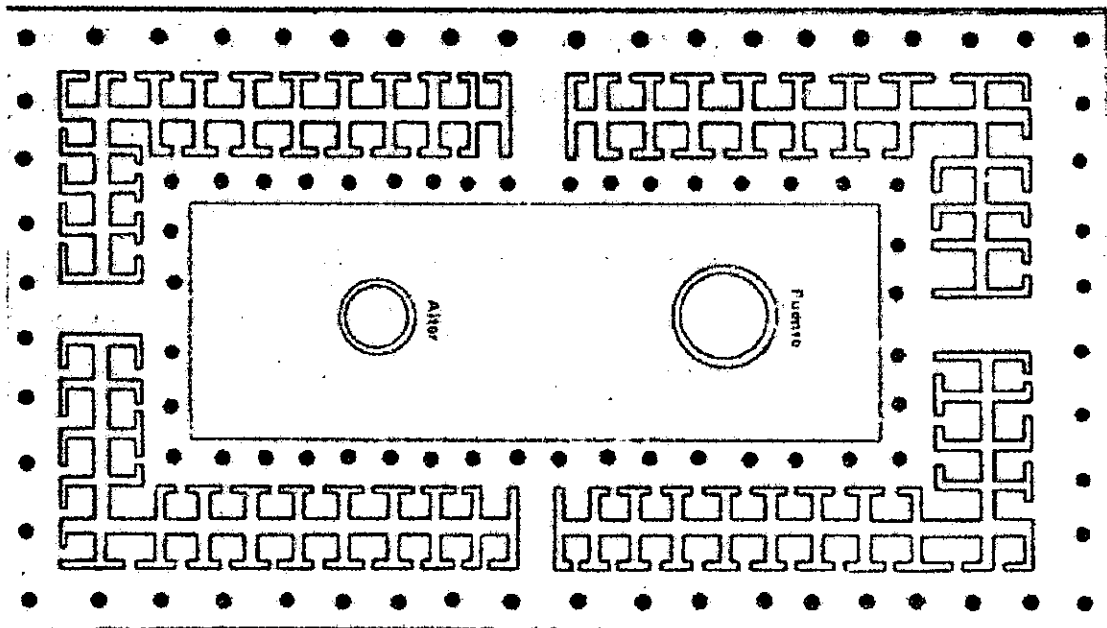
Los antepasados señalaban al mercado como un lujo. Este empezó como intercambio a través del trueque y con el inicio de negociaciones, en un lugar y en una fecha fija.

Mercados Internacionales.

Grecia: En la edad antigua (antes del siglo v a. C.) el mercado se inició con construcciones especiales destinadas a este tipo de comercio.

En Grecia había un edificio llamado Estoa que tenía grandes columnas, junto a ellas los comerciantes acomodaban sus mercancías.

El Ágora era una amplia superficie abierta de forma rectangular o trapezoidal rodeada de estoas; en este lugar se reunía el pueblo a contemplar los eventos políticos más importantes y este sitio se rodeaba de puestos y negocios para aprovechar la concurrencia de la población.



Roma: La intensa población que había (siglo IV a. C.) obligó a establecer varios mercados distribuidos convenientemente en la ciudad. Los primeros se asentaron en un área o plaza rectangular cerrada con pórticos que servían de acceso a las tiendas. En todos estos espacios se comerciaba la producción agraria e industrial.

Los mercados y ferias se llevaban a cabo en ciudades, pueblos y puertos en los que se descargaba la

mercancía. Para celebrar el mercado se tenía que pedir permiso al senado o al emperador.

Mercados Nacionales.

Epoca Prehispanica: El comercio organizado era practicado por los mercaderes mayas desde el siglo V a. C.

Cuando los aztecas se establecieron en un islote en el lago de Texcoco tenían como principal sustento la caza de aves acuáticas, la pesca y la recolección de productos de la laguna, lo que no obligo a establecer relaciones de índole comercial con los moradores de las tierras que se localizaban alrededor del lago.

Esto marco el inicio de lo que habría de llegar a ser el comercio en la Ciudad de México y que al alcanzarlo, el pueblo Media su formidable poderío, se estableció en Tlatelolco el mercado más grande de la época, formado por un espacio abierto rodeado de portales en donde se comerciaba con gran cantidad de artículos agrupados según el tipo de mercancías de que se tratasen.



A medida que aumentaba la población en el islote los Mexicas se vieron obligados a utilizar los simples procedimientos del trueque en su intercambio comercial.

Se anulo el tributo que pagaban a los tepanecas y les fue concedida la facultad como ciudad autónoma para comerciar con otras poblaciones de las orillas del lago.

Fue en el siglo XV en el islote de Tlatelolco cuando apareció el gremio de los comerciantes ya dentro del proceso de desarrollo del comercio

Debido a que el comercio, junto con la recepción de tributos era la base de la economía de la ciudad, los mercados se consolidaron como uno de los elementos urbanos fundamentales.

El comercio era considerado como una actividad religiosa. La orientación de las calles y puertas eran establecidas por el movimiento solar, que determinaba las actividades. Estos mercados consistían en espacios abiertos frente a los templos, a veces con algún edificio porticado donde eran expuestas las mercancías en "puestos" desmontables formando entre sí hileras y calles.

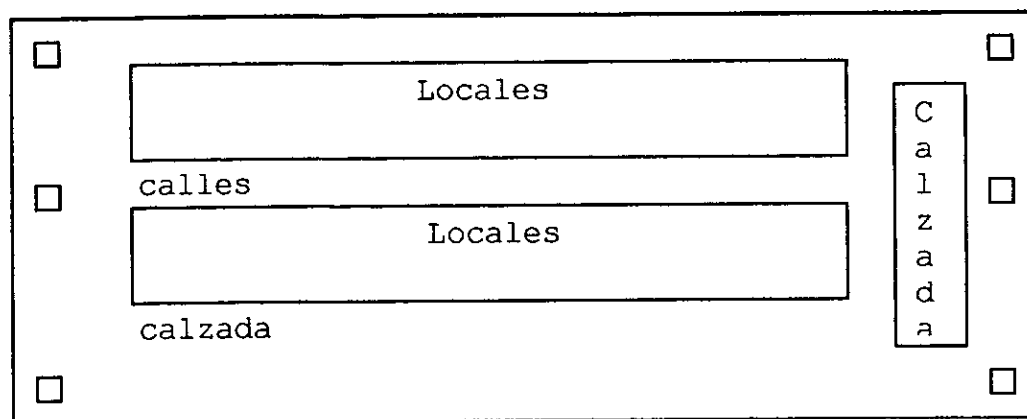


Un elemento importante de mencionar con respecto a los mercados es el relativo a la "temporalidad" de los mismos, ya que estos tenían lugar en cada población en periodos de cinco días, razón por las que se les llamo "macuitlianquitzli" o mercados temporales semifijos.

El comercio no solo se realizaba por medio del trueque sino también por compra y venta, ya que las mercancías eran permutadas y vendidas por numero y por medidas.

Para efectuar sus transacciones mercantiles los comerciantes utilizaban varios signos de cambio. La compra y rescate, no era trueque, sino por su valor simbólico.

La apariencia de los tianguis establecidos en los Capullis Tenochcas y el gran mercado del Tlatelolco eran de orden, limpieza y eficacia. La basura era incinerada en grandes basureros que se encontraban colocados a los lados de las calles y calzadas, que al mismo tiempo les servirían para iluminarlas durante la noche.



Dentro del mercado Tlatelolco existía una estricta reglamentación relacionada con los diversos aspectos del abasto. Los diversos productos eran vendidos en lugares fijos y determinados; para cada mercancía había un sitio en particular. Los productos expuestos para su venta fueron clasificados de la siguiente manera:

Productos Agrícolas:

Granos: maíz, frijol, cacao.

Verduras: cebollas, porros, ajos y berros.

Frutas: cerezas, ciruelas, miel de caña y vino de maguey(pulque).

Productos Animales:

Aves: gallina de papada, codornices, tórtolas, palomas, pajaritos en cañuela, papagayos, águilas, halcones, gavilanes y aves de rapiña.

Cuadrúpedos: conejos, liebres, venados, perros, leones, nutrias, tejones, pescado, caracoles y grana(cochinilla).

Productos Forestales:

Maderas Labradas: tablas, vigas, tajos, leña, ocote, y carbón.

Raíces: hiervas medicinales, liquidámbar, papel amate, asiento.

Productos Minerales:

Piedra labrada y por labrar: cal, adobes, ladrillo, sal, etc.

Manufacturas:

Mantas de henequén, sogas y esteras, mantas y vestidos hilados de algodón, calzados, joyas; piedras: huesos, conchas, caracoles y plumas; loza: vasijas, tinajas, jarros y ollas; braseros de barro, navajas, espadas y rodela.

Alimentos Preparados:

Raíces dulces cocidas y golosinas como muéganos; pan de maíz, pasteles, empanadas, pescados, tortillas, etc.

Servicios Diversos: Boticas, barberías, lugares para comer y beber.

En síntesis, los mercados de la ciudad dadas sus características eminentemente populares por la multitud que concurría así como la gran variedad y abundancias de las mercancías con que se comerciaba, permitían que todos los habitantes tuvieran acceso a éstos en sus respectivos barrios.

En 1524 surgieron los regatones, que eran personas dedicados a comprar productos a bajo precio para revenderlos a precios elevados.

Existen numerosas descripciones acerca de los primeros mercados de la ciudad, en las cuales se mencionaban tablas, cajones, puestos y sombras en los que se realizaban las transacciones comerciales, por lo que se deduce que en sus construcciones predominaba la

madera, el tejamil, el petate, las mantas y otros materiales perecederos similares.

Los materiales de construcción de los mercados y sitios destinados para el comercio se cambiaron por materiales imperecederos como mampostería y tepetate, con la finalidad de evitar que fuesen destruidos por incendios y que sirvieran de salvaguarda de mercancías y propiedad de los mercaderes.

Fue en el periodo virreinal cuando se creó la plaza mercado que conserva el concepto del tianguis, con influencia oriental traída de Europa. Posteriormente el comercio tomó otros conceptos cuando se creó la alhóndiga, aduana, garita de depósito, plaza pública, tiendas, portales, etcétera, los cuales se establecían por orden de mercancías.

Por otra parte, el ayuntamiento empezó a reglamentar los comercios establecidos para que su construcción fuese de mampostería además de contar con una licencia de construcción.

Los mercados construidos durante el periodo porfirista tenía una armazón metálico, con cimientos y pilastras de mampostería, pero todavía algunos de ellos tenían techos, portadas y puestos de madera, además de mantener su distribución interna de acuerdo con las disposiciones señaladas en la ley de 1841, que dividía en

calles, cajones y puestos. Todos los mercados, sin excepción estaban dotados de un servicio interno de agua potable por medio de las fuentes, llaves de agua alimentadas por tuberías especiales, albañales y tarjeas, tuberías de desagüe, registros y tanque lavadores.

En 1854 se llevó a cabo un censo donde aparecen 5000 locales comerciales los cuales contaban con acceso a la calle, un mostrador y, al fondo, estantería. El mostrador era un punto importante; las vitrinas daban elegancia. Los estantes eran de madera y el tendero mantenía comunicación directa con el cliente.

Epoca Moderna: Las obras más conocidas de Ernesto Brunel fueron el mercado Hidalgo en Guanajuato y en Celaya, el mercado Joaquín Obregón González.

En la década de los cincuenta se construyeron los mercados municipales Abelardo L. Rodríguez, en la Merced, con el objeto de dar acomodo a los vendedores ambulantes.

El estilo arquitectónico nacional va contra la corriente funcionalista. Este mercado fue decorado con murales de Diego Rivera, Pablo O., Higgins, Antonio Pujol y Angel Bracho.

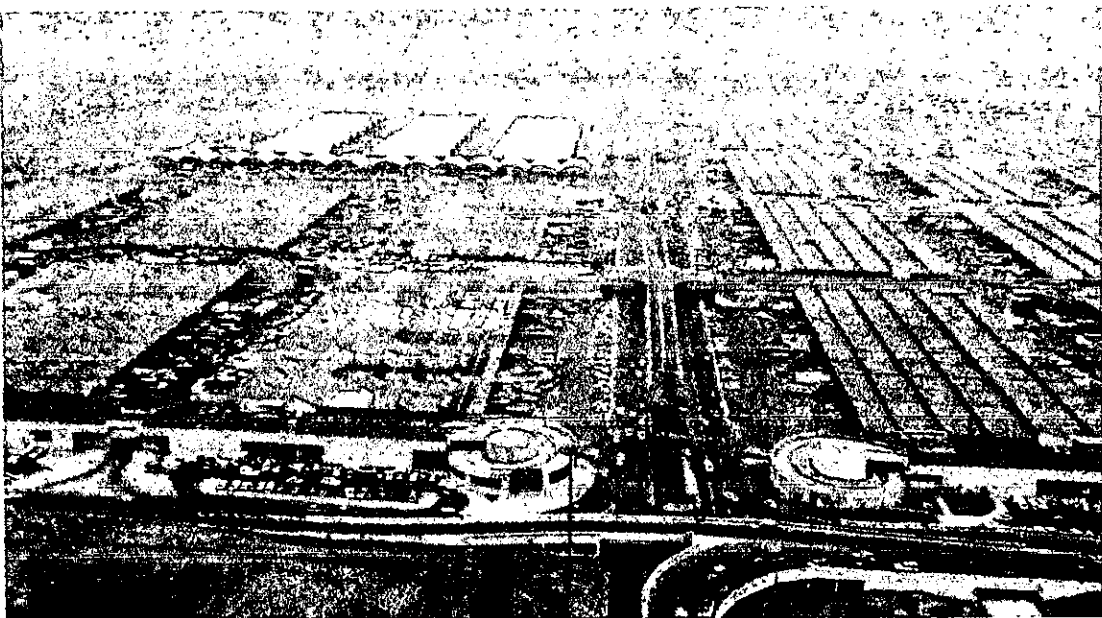
Algunos mercados se establecieron en el centro de la ciudad; Pedro Ramírez Vázquez proyectó los mercados en las colonias como Coyoacán y Azcatpozalco, en 1955, en

los cuales logró soluciones diferentes que se habían aplicado.

El nuevo mercado de la merced, obra de Enrique del Moral, es parte de una reordenación comercial para la cual se construyeron 263 mercados con estas características; en ellos, se hizo una zonificación en cuanto a productos que requieren refrigeración y los que no. Se combinaron las áreas cubiertas y descubiertas y se utilizaron bóvedas de cascarón, que permitieron grandes claros, ventilación e iluminación cenital. Los servicios como recolección de basura y limpieza quedaban fuera de la zona de venta.



Época contemporánea: Con el paso del tiempo, las estructuras de los mercados se fueron cambiando por materiales que dieron economía en su mantenimiento, así como de construcción fácil; en los que destacan la Central de Abasto de Abraham Zabludovsky(1980 en la ciudad de México), que se construyó por etapas, en la primera se ocuparon 217 hectáreas, repartidas en cuatro grupos de bases, bodegas de supermanzanas, crujías, servicios complementarios y administración. Tienen una reserva de 110 hectáreas para que su segunda etapa solucione las necesidades de crecimiento.



Mercado Actual: Por el tipo de economía (mixta) que existe en el país, la oferta y la demanda regulan los precios bajo el control del Gobierno, así mismo, éste tiene que proveer al público, de sitios adecuados para la comercialización de los productos.

Por las necesidades contemporáneas como el crecimiento de la mancha urbana, los asentamientos humanos irregulares y la falta de respeto de los lineamientos de los planes rectores, surge la necesidad de crear varios tipos de centros de abastecimiento, en función de la centralización de servicios, obteniendo mercados para cada número de población a servir, ya sean pequeños, medios, grandes, de especialidades y central de abastos.



Clasificación de Mercado.

Los mercados se clasifican según su situación geográfica, estructura y organización.

Situación Geográfica: Es el sitio donde se venden y compran bienes de consumo. Su amplitud geográfica depende en gran parte de la naturaleza del producto (bienes instrumentales y bienes de consumo), de la organización de los empresarios, costo de producción, publicidad, condiciones de venta entre otros aspectos.

Los elementos anteriores determinan el tipo de mercado y su radio de influencia en el entorno, entre los que se encuentran:

De Colonia y Barrio: Satisface las necesidades de personas de cualquier nivel económico.

Local o Tradicionalista: Es el que surte las demandas básicas de consumo diario; en el se pueden seleccionar los alimentos. Como herencia de los mercados del pasado, existe dialogo entre comprador y vendedor por medio del regateo.

Municipal: Es propiedad del gobierno, el cual renta o vende los locales. Para su construcción se estudian las áreas para resolver las necesidades de los vendedores y compradores mediante instalaciones adecuadas. Los vendedores típicos se dedican a la venta de: verduras, flores, frutas, plantas medicinales, cereales y abarrotes

en general, leche y sus derivados; utensilios de cocina, canastos, utensilios para el aseo domestico, carne de pescado, pollo y res; alimentos, telas, ropa, herramientas y fierro viejo, animales vivos y fuentes de sodas.

De Zona: Es el que abastece a una zona en un radio de 1km; su tipo de ventas es básicamente al menudeo y cuenta con los siguientes giros principales: abarrotes y semillas; aves vivas; carnicerías, flores naturales, herbolaria, hielo, cremeria, huevo, jamón, tocino, salchichoneria, crema, quesos etc. ; pollo; pescado y mariscos; chiles secos, mole, hojas de maíz, carnes secas, vísceras, bolsas, piedra pómez, escobas, cepillos, cubetas, jaladores, etc., dulces, verdura y legumbres.

Nacional: Por la variedad o exclusividad en la comercialización de sus productos su influencia se extiende por el territorio de un país.

Internacional: Son aquellos que traspasan las fronteras de una nación y su venta se extiende a otros países.

Por Su Estructura.

En este aspecto influyen factores relacionados entre sí, como los elementos económicos, políticos y sociales que determinan los precios de las mercancías. Entre los mercados se encuentran:

De Compra: Se dedican a comprar mercancías para venderlas, en grandes volúmenes.

De Venta: Se encarga de comprar mercancías en pequeños volúmenes para comercializarlas directamente al público.

Almacenar determinadas mercancías: Capta productos en grandes volúmenes y los guarda por tiempo determinado para distribuirlo posteriormente a las regiones donde se requiere.

Por su Organización.

De Menudeo: Es el que capta productos en grandes cantidades y los comercializa en pequeñas proporciones, a comerciantes locales.



De Mayoreo: Es el que capta la producción de una zona de productores para posteriormente distribuirla a cualquier

punto de la República, a mayor y pequeña escala. Abastece los mercados de otras localidades.

Sobre ruedas o Tianguis: Regularmente móvil. Ofrece todo tipo de alimentos y productos domésticos (ropa, calzado, enceres domésticos, productos de segunda), alimentos (preparados y crudos). No necesita programa arquitectónico definido se ubican en la calle o en terrenos determinados en puestos armables o en el piso. Estos elementos cuando no están planeados, ocasionan problemas ecológicos y urbanos.



De Especialidades: Vende un producto determinado, como ropa para dama, caballero y niño; sombreros, alfarería, cristalería y loza, bonetería, calzado niños y calzado adultos, juguetes, joyería de fantasía, mercería, marcos y cuadros, talabartería; frutas; verduras y legumbres, pescados y mariscos, abarrotos, semillas, carnes y animales, entre otros. Por la calidad y característica de sus productos algunos son importantes centros turísticos, ya que acuden personas de diversas localidades y países.

De Alimentos: Se venden los platillos característicos del lugar o especialidades. Se localizan en lugares turísticos, de paso y fronterizos. Algunos se conocen como comida rápida.



Modernos: Son los supermercados actuales, los cuáles surgieron para cubrir las necesidades de la vida contemporánea. Para dar un mejor servicio ofrecen una gran variedad de productos; pertenecen al comercio organizado y tienen su propia franquicia.



Partes y personas que conforman e intervienen en el mercado.

Vendedor: Es el locatario o personal empleado por el mismo, que da atención a los compradores.

Comprador: Amas de casa, padres de familia, jóvenes, niños y público en general que adquieren la mercancía.

Administrador: Es el que se encarga de mantener las instalaciones en buen estado y mantener las relaciones entre los comerciantes con el gobierno.

Personal de mantenimiento: Se encargan de atender los sanitarios públicos, la recolección de basura y mantenimiento de los desperfectos en las instalaciones.

Mercancía: La mercancía es el elemento más importante del proyecto; es perecedera y no perecedera.

Transporte: Su función es la de distribuir los distintos productos a los mercados nacionales e internacionales.

Causas que Originaron el Desarrollo Comercial.

Fueron 4 las causas que se originara el desarrollo comercial las cuales son:

- La necesidad del hombre para satisfacer sus carencias y la imposibilidad de comerciar y fabricar sus productos. Esto nos habla del comerciante como intermediario entre los productos y el consumidor.
- El clima que por diferencia entre regiones provoca que se den ciertos productos que en otras no existen.
- Otra característica más del comerciante es la de trasladar los productos a las manos del consumidor para que se efectúe la transacción.
- La diferencia de actividades hace que exista la especialización aunque sean de grado primitivo de producir un solo artículo, el cual no puede ser vendido sin que exista el comerciante para distribuirlo en la región y que a su vez traiga otros productos que a esta le falten.

- La lejanía entre objetos y productos es consecuencia de las actividades del clima y la función del comerciante es la de hacer accesible los productos de un sitio a otro.

Cualidades del Comercio.

- El ser cosmopolita o universal: ya que las culturas o sociedades han jugado un papel trascendental para su desarrollo.
- El ser progresivo tanto su desarrollo como para su plenitud; y para llegar a ese punto de plenitud se necesitan ciertos medios como son: La rapidez en las operaciones de compraventa(que origino la moneda), vencer el obstáculo del espacio(mercados, factorías, bodegas)despertar el interés y la confianza en él público(créditos, limpieza, mejores productos y el buen estado de estos) fomentar el espíritu de asociación (compañías, sociedades, cooperativas).

En consecuencia con estas condiciones el comercio necesita elementos externos para su progreso que son:

Vías de comunicación(infraestructura)

Medios de transporte(suministro)

Medios de contabilidad(pesos y medidas)

Negociación(moneda)

Lugares de contratación(mercado)

Protección(reglamentos y leyes)

Comunicación (correos y teléfonos)

Fomentos (sociedades y corporaciones)

Fines del Comercio.

- Aproximar los productos al consumidor.
- El interés personal de obtener una ganancia con esa actividad.

Con todo lo anterior expuesto resumimos que la actividad del comercio se lleva a cabo para que el hombre pueda satisfacer sus carencias ya que el comercio es una necesidad de la humanidad.

1.7 Población y Muestra.

Para tener una mejor idea y reforzarla se llevó a cabo la realización de un cuestionario en donde la población muestra fue la Zona Poniente del Puerto de Veracruz, esta encuesta se hizo tanto para hombres como para mujeres de 20 a 50 años de edad con un nivel socioeconómico medio y bajo.

1.8 Instrumentos de Medición.

Para la realización de estas encuestas se utilizó el siguiente material:

-80 cuestionarios tamaño carta con 6 preguntas y los datos personales de cada persona encuestada.

-La información obtenida se vació en gráficas de barras y en esta se aplicaron materiales como: escuadras y escalímetro.

-Otro de los instrumentos utilizados fueron fotografías donde las variables serian todas las fallas mostradas que tiene el terreno, tales como el alumbrado el cual muestra fallas en una que otra lampara.

1.9 Recopilación de datos.

Esta fue realizada en la zona poniente del Puerto de Veracruz, para ser más exactos en las colonias como Acosta Lagunes, los Volcanes, Unidad Habitacional el Coyol, V. Lombardo Toledano, 2 Caminos, Infonavit Chivería y el vergel; fue en base a encuestas realizadas a la población de la zona antes mencionada así como también fotografías para ver las condiciones en que se encuentra el terreno seleccionado, también se realizó la medición, trazo del mismo; así como el registro de instalaciones con que cuenta el terreno.

1.10 Proceso.

1. -Realización de un cuestionario a la población.
2. -Buscar el terreno con características optimas.
3. -Hacer un levantamiento topográfico del terreno.
4. -Tomar fotografías del terreno.

5. -Recopilación Documental en el INEGI y Bibliotecas.
6. -Diseñar el mercado y corregir con mi asesor el proyecto.
7. -Elaboración de tesis.

1.11 Procedimiento.

La realización del cuestionario se hizo en la Zona Poniente de casa en casa, así como también a personas que caminaban por la calle, generalmente se les aplicó a amas de casa, jóvenes de 18 a 25 años, señores y una que otra empleada domestica; toda esa información fue vaciada en una gráfica de barras para saber el resultado de esta investigación; después empezó la búsqueda del terreno, y ya que se había encontrado se hizo un registro de las instalaciones con las que contaba para saber si era factible la construcción del mercado en ese terreno y si efectivamente cuenta con instalación eléctrica, hidráulica, sanitaria, línea telefónica y sobre todo tiene buena ubicación, así como también se llevó a cabo un levantamiento topográfico y trazo del mismo, tomando fotografías como apoyo en la investigación de campo, de ahí empecé a recabar información de libros sobre los mercados y sus antecedentes históricos, se visitó al INEGI en busca de información sobre los factores ambientales que presenta el Puerto de Veracruz con

referencia a la Zona Poniente y ya con todo eso recabado se comenzó el proyecto arquitectónico y se fue mejorando de acuerdo a correcciones de mi asesor, posteriormente se desarrolló el proyecto ejecutivo.

1.12 Análisis de datos.

Los resultados se vaciaron a la gráfica de barras donde el resultado fue favorable en un 90% ya que de primera instancia la población de la zona poniente si considera necesario la construcción de un mercado para ahí poderse abastecer diariamente así como también servirá como foco de atracción para la realización de futuros proyectos a dicha zona.

1.13 Importancia del estudio.

Este estudio realizado fue de vital importancia ya que con ello pude comprobar que es factible la construcción de un mercado en dicha zona y lo principal, que la población así lo requiere, además con el estudio histórico me di cuenta como a evolucionado la forma de comerciar, así como las soluciones arquitectónicas que se dan en cada época, aunque de cierta forma se sigue manejando ese tradicionalismo mal enfocado, por decirlo así en cuanto a la higiene y distribución de locales se

refiere, por lo cual el proyecto que presento trae consigo soluciones innovadoras conservando de cierta forma ese tradicionalismo de los locales continuos, logrando satisfacer también las necesidades de la población, abriendo fuentes de empleo, un mejor desarrollo de la sociedad, foco comercial y soluciones innovadoras para mercados.

1.14 Limitaciones del estudio.

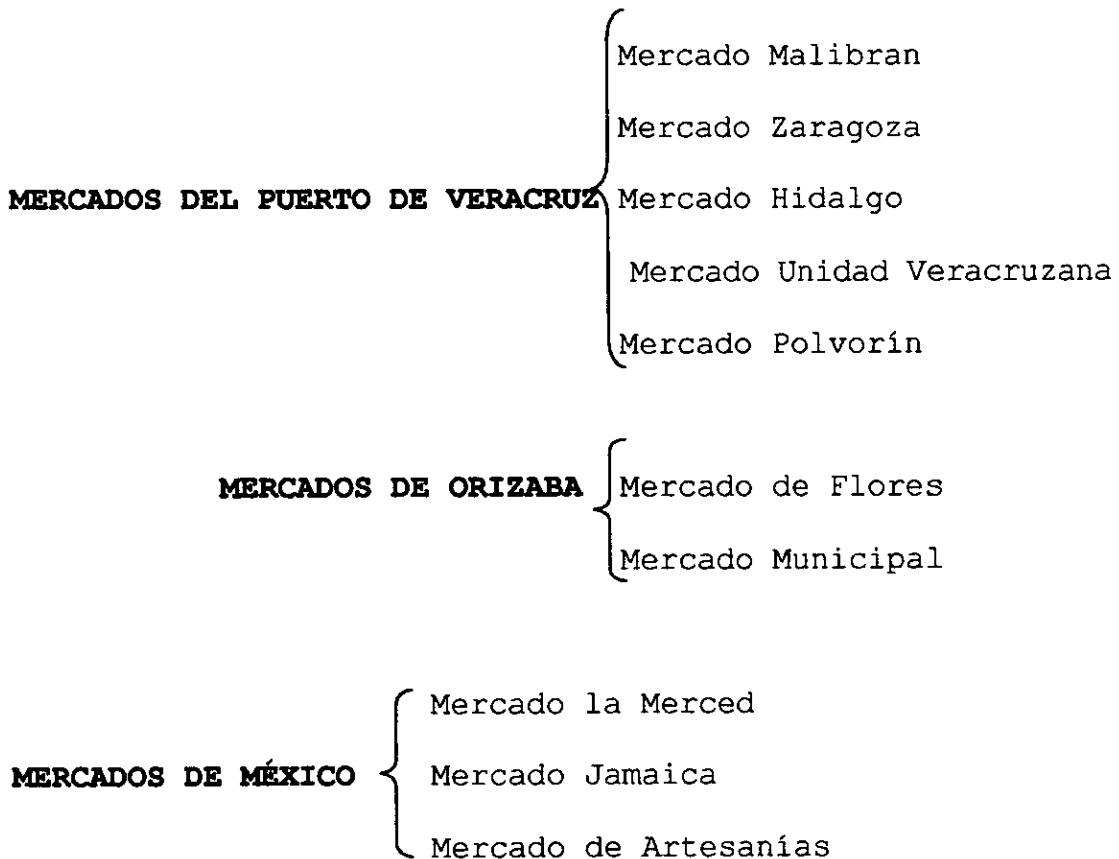
Ninguno.

CAPITULO II

MARCO TEORICO

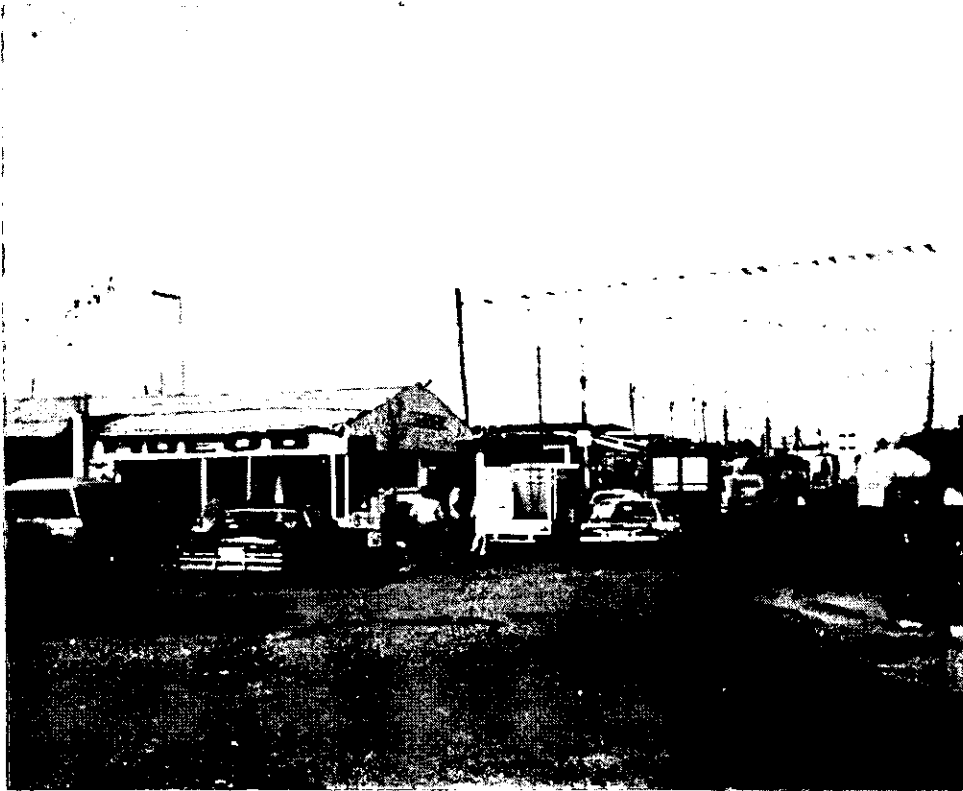
2.1 Análisis Tipologicos en Modelos Análogos.

Para la realización de este análisis se tomaron en cuenta mercados existentes del Puerto de Veracruz así como también mercados de Orizaba y México.



Cada uno de ellos se analizo desglosando la información en ventajas y desventajas que a continuación se presentara con su respectiva foto.

MERCADO MALIBRAN

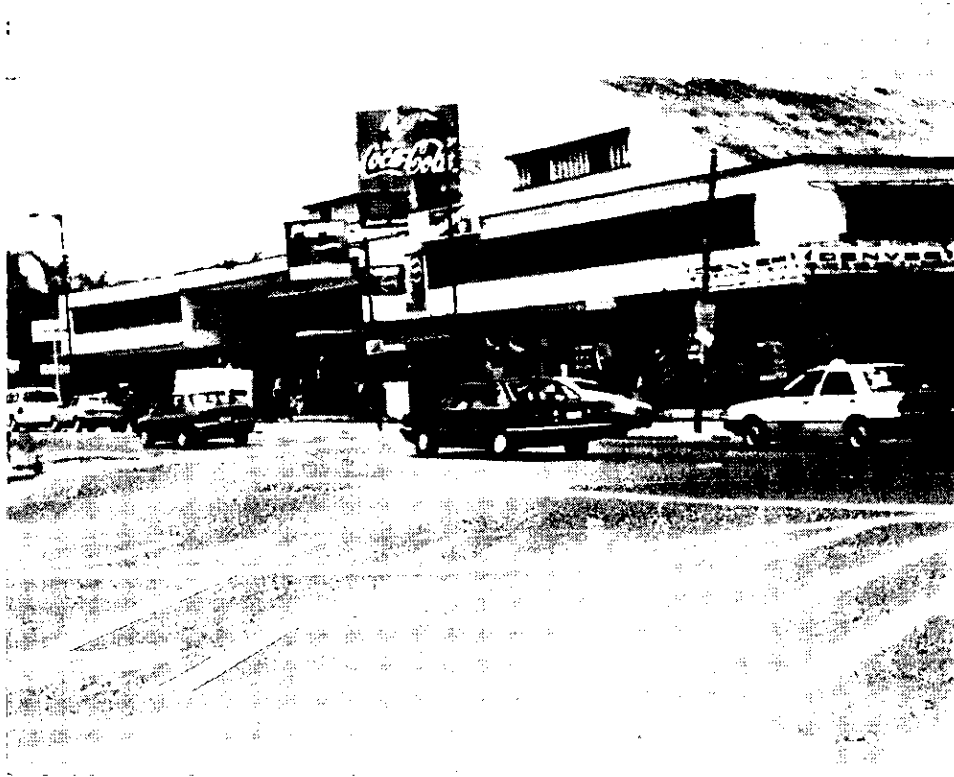


Este mercado se encuentra ubicado en el fraccionamiento Floresta y comprende un radio de acción o población de 1km a la redonda, sus ventajas y desventajas son las siguientes:

Ventajas: Es económico, tiene éxito por venta de mayoreo y menudeo, tiene fácil acceso, encuentra uno de todo y es para clase media.

Desventajas: Es insalubre, peligroso en tiempo de lluvias, no cuenta con drenaje, los locales en cuanto a giros están desordenados, tiene mucha contaminación visual, crece desordenadamente, este mercado no tiene las áreas delimitadas.

MERCADO ZARAGOZA



Este mercado se encuentra ubicado en el fraccionamiento Zaragoza y comprende un radio de acción o población de 1km a la redonda, sus ventajas y desventajas son:

Ventajas:A pesar de ser caro tiene éxito en sus ventas, es limpio y su población es de clase media alta, sus locales están bien delimitados con las circulaciones, las zonas de acuerdo a los giros están bien organizadas, tiene fácil acceso.

Desventajas:Esta descuidado con lo que respecta al mantenimiento del edificio, existe contaminación visual.

MERCADO HIDALGO



Este se encuentra ubicado en la colonia centro, en Hidalgo entre Juan Soto y Cortes, su radio de afluencia es todo el centro del Puerto de Veracruz, sus ventajas y desventajas son las siguientes:

Ventajas: Este mercado se encuentra bien ubicado, bien delimitado de acuerdo a la topología de los mercados antiguos (locales y pasillos), se encuentra perfectamente zonificado de acuerdo a sus áreas de giros de venta, actualmente tiene éxito en sus ventas es para clase media y baja.

Desventajas: Es caro, bastante sucio, sus pasillos son chicos, hay contaminación visual, tiene un difícil acceso

MERCADO UNIDAD VERACRUZANA



Este mercado como el de Hidalgo se encuentra en el centro
Esta ubicado en Bravo entre Juan Soto y Carlos Cruz y a
pesar de estar casi juntos cada uno tiene sus propios
compradores y hasta posiblemente sean los mismos este al
igual que el otro mercado también tiene éxito. A
continuacion se presentaran las ventajas y desventajas.

VENTAJAS: Es barato esta bien delimitado por locales y
circulaciones, esta zonificado por áreas de acuerdo a los
giros de venta.

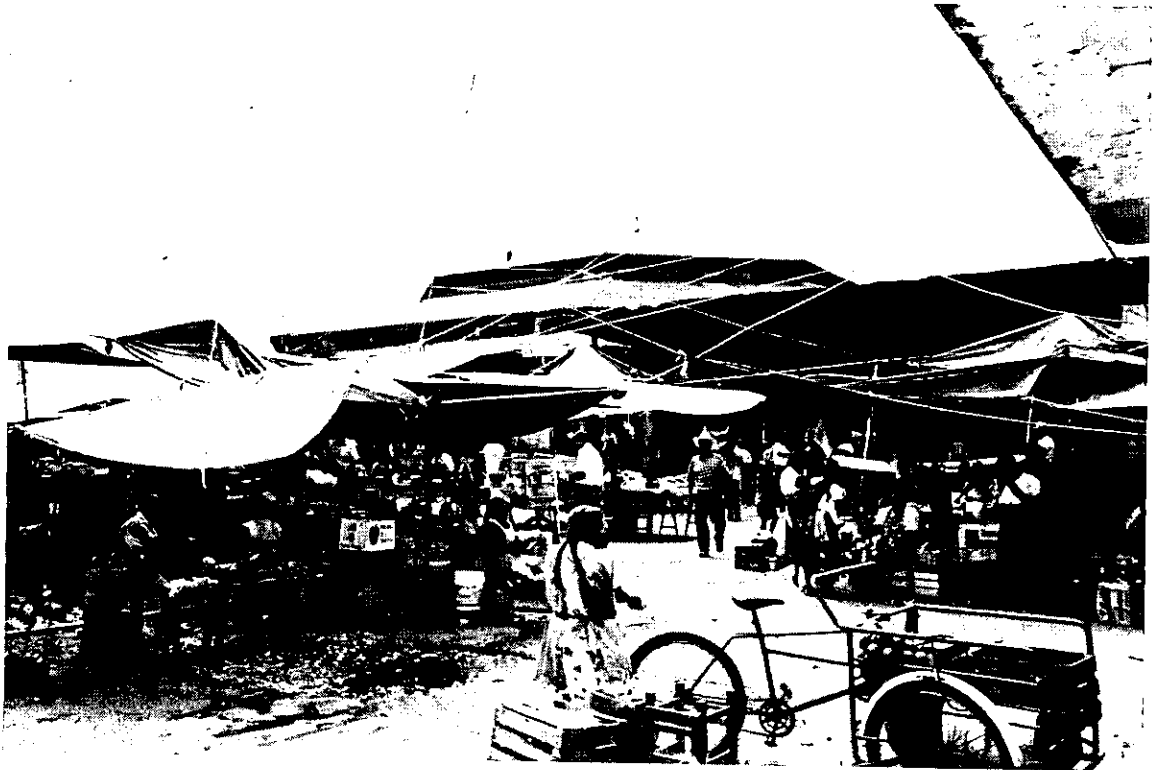
Desventajas: Es algo sucio, insalubre, tiene contaminación
visual, pasillos y locales chicos, tiene un difícil acceso

MERCADO DE FLORES



Este mercado esta ubicado en el centro de la ciudad de .
Orizaba, ver; es un mercado chico pero sus locales están
medianos a comparacion con los de aquí, las circulaciones
amplias y delimitadas por los mismos locales, es un
mercado limpio y agradable no cuenta con contaminación
visual, además es muy barato.

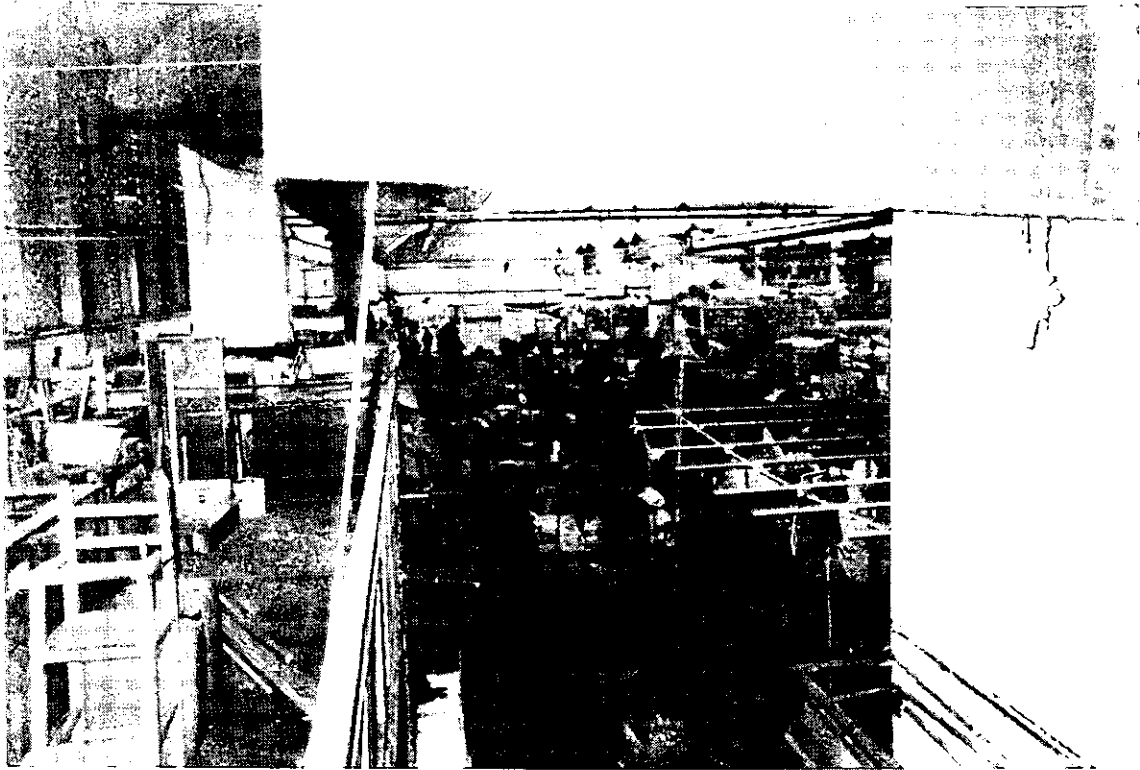
MERCADO MUNICIPAL



Este es un mercado más grande, esta ubicado en Orizaba, ver. Este mercado fue uno de los tantos mercados que ha realizado el arquitecto Fernando Pereznieto; sé concebio apartir de un factor climatológico de la región debido a la gran precipitación pluvial que cae en la zona.

Pero como vemos en la foto el ambulante no deja lucir el edificio en sí y lo afea al poner todas esas mantas, además las calles están sucias, hay mucha contaminación y el lugar es muy insalubre e inseguro a pesar de ser un mercado muy barato.

MERCADO LA MERCED



Este mercado sé en cuenta en la ciudad de México fue concebido por el arquitecto Enrique del Moral; esta obra en su momento fue importante ya que se construyo para centralizar las funciones de los puestos irregulares; en este momento al edificio le falta mantenimiento ya que esta muy descuidado, sucio e insalubre.

Además ya cuenta con bastantes puestos irregulares alrededor de este mercado que interrumpen el paso como se ve en la foto.

MERCADO DE JAMAICA



Este mercado se encuentra cercano al mercado de la merced; aquí se puede encontrar de todo es un mercado bastante amplio, sus áreas están zonificadas de acuerdo a los giros de mercancía y su estructura esta basada como los anteriores mercados (locales y pasillos) los cuales están delimitados entre sí. Lo malo de este mercado son los tamaños de los puestos (están chicos) ya que debido a esto la gente pone cajas con mercancía en los pasillos y esto hace que se reduzca el mismo y que la gente no pueda pasar libre y tranquilamente

2.2 Localización geográfica.

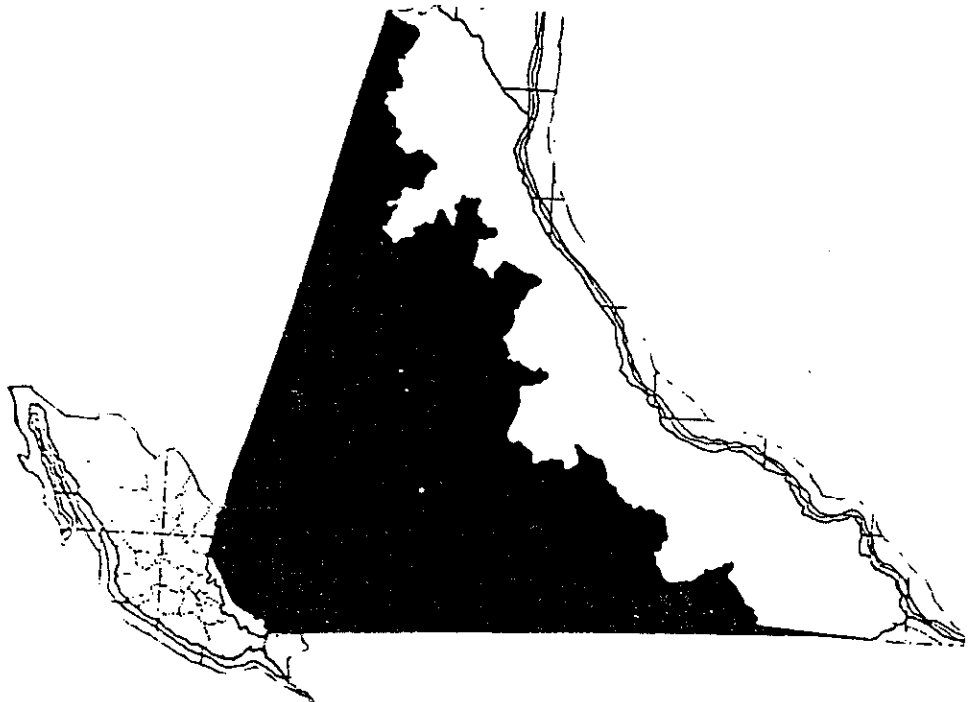
El Municipio de Veracruz, está situado en el centro del estado de Veracruz, con una longitud de 96°07' Oeste de Greenwich y se encuentra limitando:

*Al Norte con el Municipio de la Antigua y el Golfo de México.

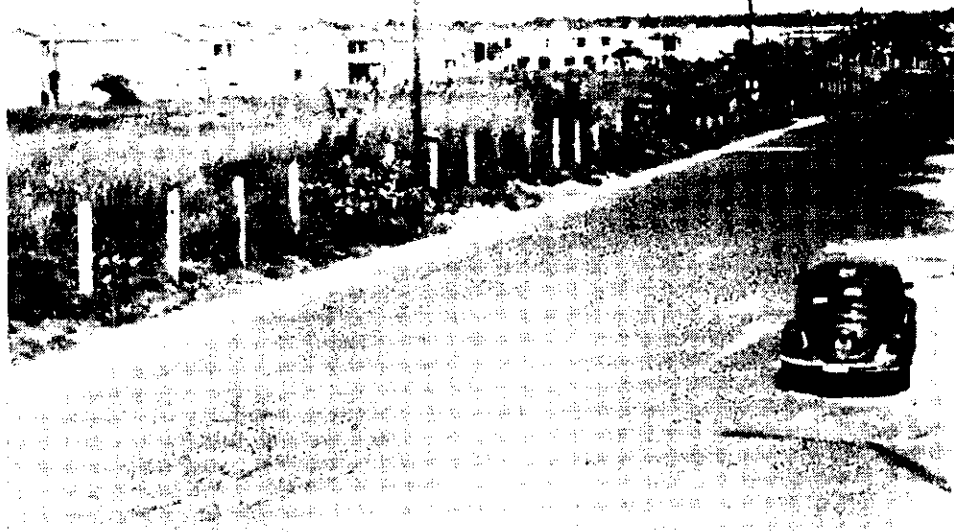
*Al Sur con el Municipio de Medellín de Bravo.

*Al Este con el Municipio de Boca del Río y el Golfo de México.

*Al Oeste con el Municipio de Paso de Ovejas y Manlio Fabio Altamirano.



Y el terreno seleccionado para el proyecto esta ubicado en la zona poniente del puerto de Veracruz en la calle Cerro Gordo entre J.B.Lobos y Cerro de la Estrella (abarca toda una cuadra) y tiene como contexto vegetación típica de la región, casa habitación tipo infonavit de 2 niveles, calles pavimentadas, arriates y alumbrado publico.



Dentro del terreno designado para construir el mercado el edificio tiene un valor arquitectónico y juega una parte muy importante ya que este constituye el aspecto sólido de un espacio, el cual va hacer parte del paisaje; conjuntado por una serie de 3 características como: el volumen, forma, color, textura y escala.

Este terreno tiene m² y el prototipo de mercado tiene un área construible de m², este mercado va a contar con 165 locales en total.

2.3 Descripción del Proyecto.

Este terreno tiene 16192.44m² y el prototipo de mercado tiene un área construible de 7851.72m², va a contar con 165 locales en total. A continuación se muestra una tabla, la cual esta basada en los ejemplos de las áreas de los modelos análogos y de cómo nuestros antepasados clasificaban las áreas de acuerdo a los diferentes productos.

Programa de Necesidades:

Zonas del Mercado	N° de Locales	Metros cuadrados
Zona Húmeda	48 locales	1559.22
Zona Seca	100 locales	3506.88
Zona de Alimentos	8 locales	234.25
Zona de Souveniers	8 locales	230.793
Zona de Servicios	Exterior, interior	10661.297

Zona Húmeda: Locales para carnicerías, pescaderías y mariscos, pollerías, lecherías y cremerías.

Zona Seca: Locales para abarrotes, semillas, granos, tlapalería, renovadora de calzado, frutas y legumbres, florerías, ferreterías, telas, mercería, enseres domésticos, café molido, macetas, juguetería, productos naturistas, cerrajería, material eléctrico, pinturas, piñatas, manualidades para fiestas, herbolaria, farmacia, mercería, venta de sandalias, venta de mochilas y bolsas,

Zona de Comidas: Fondas y antojitos.

Zona de Souveniers: Locales para revistas, discos, renta de películas, regalos, perfumes, video juegos, accesorios para dama.

Zona de servicios: En el interior se encuentran los sanitarios hombres, mujeres, oficinas administrativas con recepción, sala de espera, sanitario, sala de juntas, cuarto de mantenimiento, escaleras de servicio, bodegas, basurero, rampas y pasillos para los locatarios.

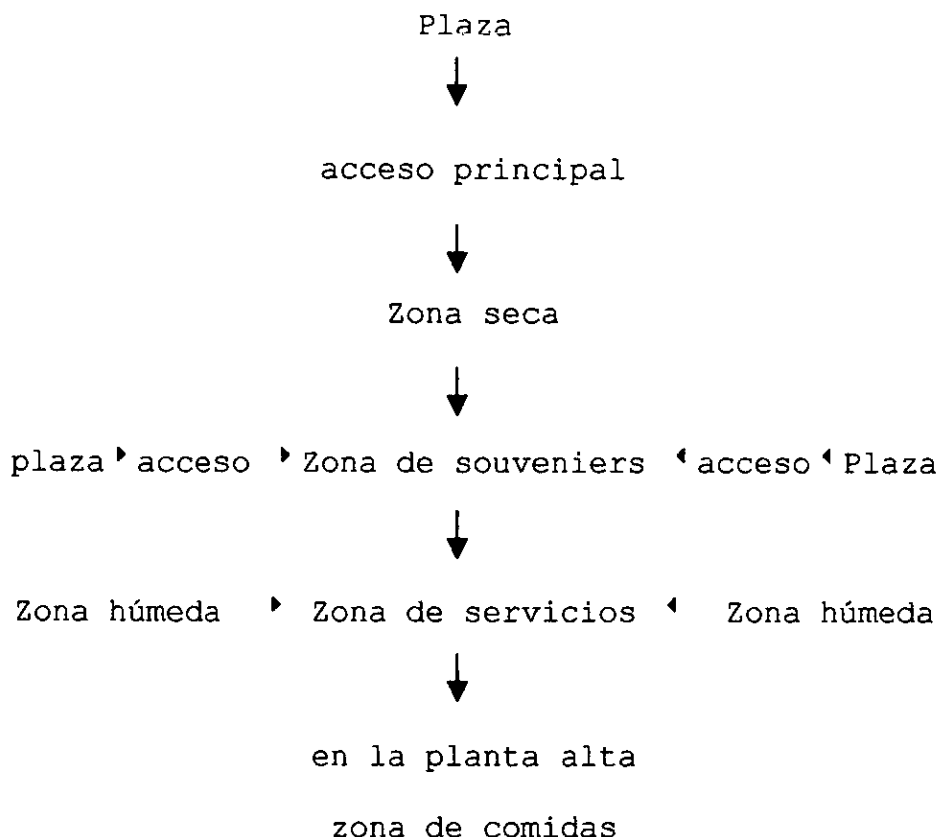
En el exterior se van a encontrar con tres plazas de acceso, las cuales van a contar con el mobiliario urbano como: escultura, jardineras, bancas, estacionamiento, áreas verdes, rampas para inválidos, alumbrado, escaleras y rampas para inválidos, patio de maniobras, todo esto va a darle unidad y carácter al edificio ya que esta perfectamente conjuntado al mismo.

Al poner todo este mobiliario urbano pretendo que en las plazas se forme un microclima ya que la vegetación va actuar como un factor regulador de la humedad del aire, así como también estabilizara la temperatura, incorporara oxígeno, reducirá la contaminación y absorberá los polvos que se generen en las áreas exteriores; y nos brindaran contraste, color y textura al edificio por medio de su follaje, de sus sombras y de alguno que otro rayo del sol que se filtre. A continuación se presenta una tabla donde nos dice cuales son los valores de confort ideal para un clima.

NOMBRE	IDEAL	VERACRUZ	SE PRETENDE
Humedad	30 a 70%	8.1 a 100%	3% menos
Vientos	30 a 60km	18 a 29km	-
Temperatura	18 a 23°c	27.8 a 42.7°c	10°c menos

Como vemos es mínimo lo que se tendría que regular para que en las plazas de acceso haya un micro clima ideal y con ello se verían beneficiadas las población de dicha zona ya que las plazas propiciarían actividades y desarrollo urbano donde la arquitectura y el paisaje se unen para producir lugares para la congregación, él cortejó, etc.

Diagrama funcional:



2.4 MEMORIA DESCRIPTIVA

El terreno se localiza en la zona poniente del Puerto de Veracruz en la calle Cerro Gordo entre J.B. Lobos y Cerro de la Estrella (abarca toda una cuadra) cuenta con todos los servicios como son agua, luz, línea telefónica, drenaje.

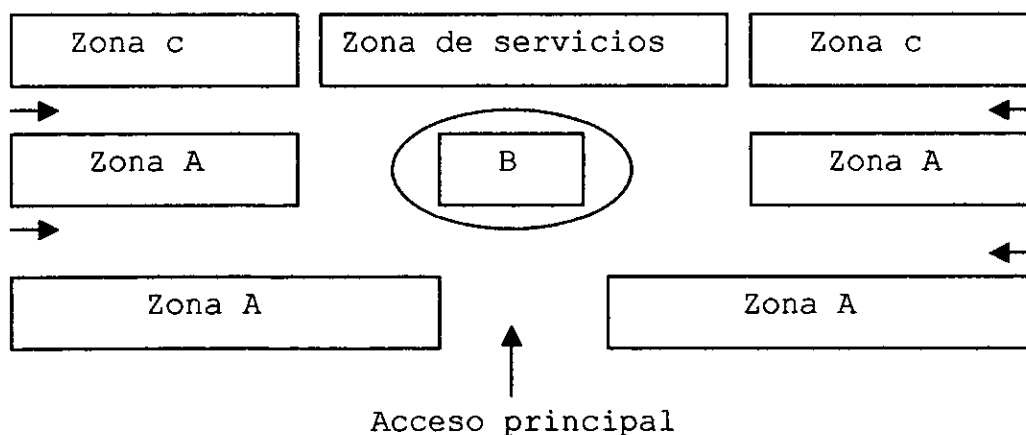
El mercado tiene tres plazas, las cuales una comunica al acceso principal que da a la calle Cerro gordo y las dos últimas a los secundarios una tiene colindancia con la calle Cerro de la estrella y otra con

J.B.Lobos; cuenta con cinco diferentes áreas conformadas por la zona: Seca, Húmeda, Souveniers, de Alimentos y de Servicios.

Del acceso principal llegamos a un vestíbulo iluminado con luz natural por medio de un domo; el cuál nos lleva a los locales que forman la Zona Seca (a estos locales los llamaremos A) y a la Zona de Souveniers; esta se encuentra en la parte central del mercado(a esta zona la llamaremos B).

En la parte alta podemos encontrar la Zona de Alimentos, conformada por fondas y el área de comedores.

El área de Servicios se puede localizar abajo del área de comedores teniendo a los lados las Zonas Húmedas(a las zonas húmedas les llamaremos zona C).



Los locales están divididos por un pasillo de servicios donde los mismos locatarios podrán surtirse de

mercancía, al igual que deshacerse de la basura sin ser vistos por el comprador, este a su vez por medio de unas rampas comunican al sótano para llegar al área de servicio a excepción de los locales encontrados dentro de la zona húmeda los cuáles tienen acceso directo a mencionada área.

En los sótanos se pueden encontrar una serie de bodegas que servirán para uso de aquellos locatarios que deseen rentar; cabe mencionar que cada local cuenta con una bodega y los servicios públicos necesarios para su buen funcionamiento.

Los locales de la zona húmeda se dividen en:

- 1.-Locales de carnes rojas y blancas.
- 2.-Locales de pescadería.
- 3.-Locales de lácteos.
- 4.-Locales de flores.

Los locales de la zona seca se dividen en:

- 5.-Locales de frutas y verduras.
- 6.-Locales varios.

2.4.1 ACABADOS DE LOCALES

Los locales de la zona seca cuenta con los siguientes acabados:

- 1.-Contarán con un piso a base de firme de concreto y tendrá un acabado que consiste en un aplanado fino.

2.-Sus muros serán de block de 12x12x40 y tendrán un acabado en aplanado fino de 1.5cm de espesor.

3.-Sus losas serán de concreto armado $f'c=200\text{kg/cm}^2$ y tendrán un acabado fino de 1.5cm de espesor.

4.-El área de atención contara con un recubrimiento a base de piso de granito de 50x50.

5.-Tendran una cortina metálica recubierta con pintura anticorrosiva.

6.-Estarán equipados con un interruptor termomagnético de tipo break, 2 salidas de centro una para la bodega y otra para el área de atención al publico, 2contactos, y un apagador sencillo.

Los locales de la zona húmeda cuentan con los mismos acabados de la zona seca solamente que estos se les agrega los siguientes acabados:

1.-Una salida de desagüe a la red sanitaria.

2.-Cuenta con una salida hidráulica con un tubo de 1/2" y una tarja de peltre de 40x40 con su respectivo cespól de 2".

3.-Sus planchas serán de concreto y estarán recubiertas de por azulejo en cuadros de 11x11 de color blanco.

Los locales de souvenirs cuentan con los siguientes acabados:

1.-Piso de 40x40 modelo cosmos marca interceramic.

2.-Muros de block de 12x12x40 tienen un acabado de aplanado fino de 1.5cm de espesor.

3.-Sus losas serán de concreto armado de $f'c=200\text{kg/cm}^2$ y tendrán un acabado fino de 1.5cm de espesor.

4.-Están equipados con un interruptor de termomagnético de tipo break, 2 salidas de centro, contactos y apagadores sencillos.

5.-Cuenta con ventanales de aluminio con vidrio de 3mm.

6.-Puertas de aluminio.

Los baños cuentan con los siguientes acabados:

1.-Piso antiderrapante de 15x15 modelo lamosa, vitromex.

2.-Muros de tabique cocido con aplanado y recubrimiento de azulejo de 15x20 modelo creta hasta la altura de 1.60 y el resto de pintura vinílica.

3.-Las divisiones de los sanitarios serán de tablarroca o covintec con un aplanado y recubrimiento de azulejo.

4.-Las puertas serán de tambor triplay de pino de 3mm

5.-Las ventanas serán de aluminio natural con cristal de 3mm.

6.-Accesorios para baño.

Los acabados para la oficina son los siguientes:

1.-Piso de 30x30 modelo magnum, vitromex.

2.-Muros de tabique cocido con aplanados, rellenos y pintado con pintura vinilica marca comex color coral.

3.-Las puertas serán de madera de tambor con triplay de pino de 3mm barnizada de color olivo.

4.-Las ventanas serán de aluminio natural con cristal de 3mm.

Los acabados de obra exterior son los siguientes:

1.-Se colocarán barandales de fierro de 1/2" con una capa de pintura anticorrosiva y pintura de esmalte alquidaltico en las jardineras.

2.-Guarniciones de concreto de $f'c=150\text{kg/cm}^2$ de concreto simple.

3.-Pavimento de concreto simple.

4.-Rampas con una pendiente del 10%

2.4.2 MEMORIA CONSTRUCTIVA DEL MERCADO

Sobre un terreno de 206.8x78.30 sensiblemente plano y despalmado previamente en una capa de 0.15 se desplantara el edificio, cuyo trazo y nivelación topográfica se hará con tránsito, estableciendo ejes y referencias de acuerdo a los ejes, cotas y niveles señalados en el proyecto.

Su cimentación estará basada en los siguientes tipos:

1.-Zapata corrida de concreto armado en muros de carga la cual tiene 70cm y un peralte de 20cm de espesor con una contratrabe de 20cm de espesor y un peralte de 1.30m, se

levantara sobre una plantilla de concreto simple de $f'c=100\text{kg/cm}^2$ con un espesor de 6cm y el concreto de la zapata será de $f'c=200\text{kg/cm}^2$ armada con varilla de $1/2"$ @20cm y su contratrase se armará con estribos de $1/4"$ @20cm y 4v1"

2.-Losa de cimentación cuenta con dalas secc. de 15x20 armadas con 4v $3/8"$ y estribos de $1/4"$ @20cm, esta losa estará armada con malla-lac de 20x20cm y estas losas se elevarán sobre una plantilla de grava con un max. De $3/4"$ humedecida y compactada en una capa de 5cm de espesor, el concreto a utilizar será de $f'c=200\text{kg/cm}^2$

3.-Zapata aislada tiene un área de 1.50x1.50m y un peralte de 30 y esta armada con una parrilla de acero con varillas de $5/8"$ @15cm en ambos sentidos se levantara sobre una plantilla de concreto simple de $f'c=100\text{kg/cm}^2$ y un espesor de 6cm su dado tendrá una secc. 60x60 cm y un peralte de 1.30 armadas con 8v1" y estribos $3/8"$ @15cm, los anclajes de las columnas serán a partir de la parrilla de la zapata, el concreto a utilizar es de un $f'c=200\text{kg/cm}^2$.

Todas las excavaciones se harán manualmente con herramienta menor y con una profundidad de 0.00-2.5mts.

Las columnas tienen una secc. 30x30 armadas con 8v $5/8"$ y estribos de $1/4"$ @15cm de $f'c=200\text{kg/cm}^2$.

Los castillos son de 15x15, los firmes de los pisos tienen un espesor de 10cm y serán de concreto simple $f'c=100\text{kg/cm}^2$.

La losa de los locales y el de las fondas tiene un espesor de 10cm de espesor armada con malla-lac de 66-88 reforzada con varillas de $3/8"$ y con un concreto de resistencia $f'c=200\text{kg/cm}^2$ con acabado fino, los castillos de 15x15 y cadenas de 15x20 con armado de $4v3/8"$ y $E1/4"@20\text{cm}$.

La losa de entrepiso y del sótano tiene un espesor de 10cm y esta armada con $4v3/8"@15\text{cm}$ en ambos sentidos y un concreto de $f'c=200$.

La losa de azotea del área de servicios es plana con una pend. del 3% y un grosor de 10cm y esta armada con malla-lac de $6x6x1/4"$ y reforzada con varillas de $3/8"$ y con un concreto de $f'c=200\text{kg/cm}^2$.

La losa del mercado es de diente de sierra y en la entrada principal cuenta con un domo rectangular de 8.0x15.60.

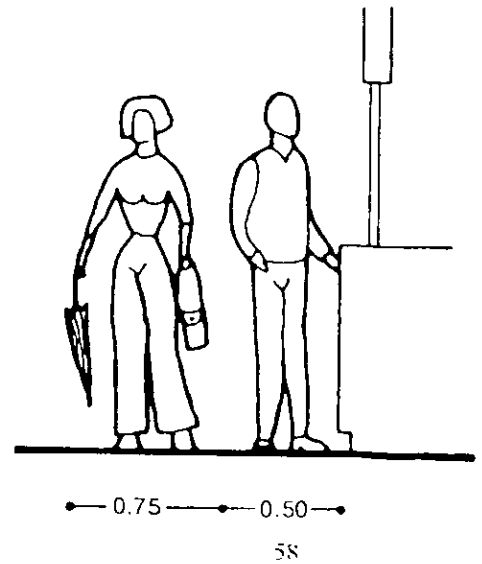
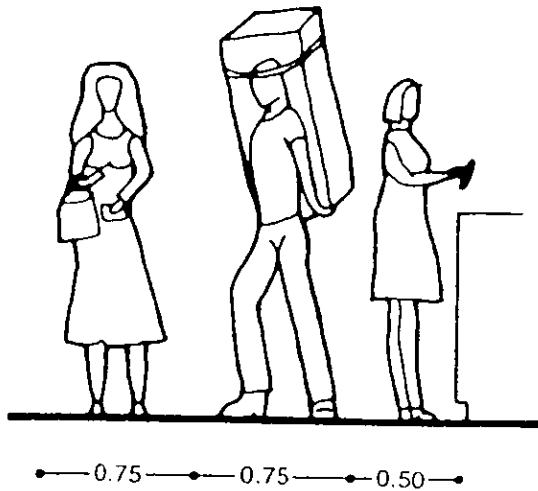
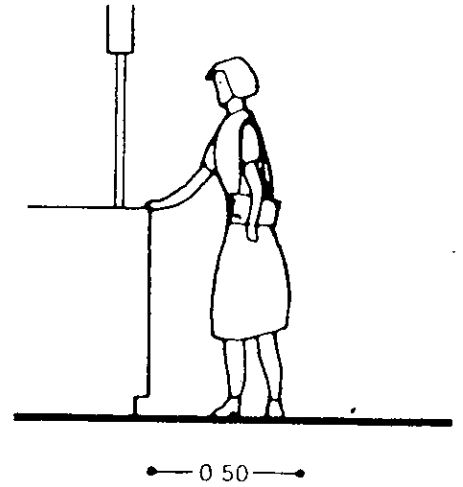
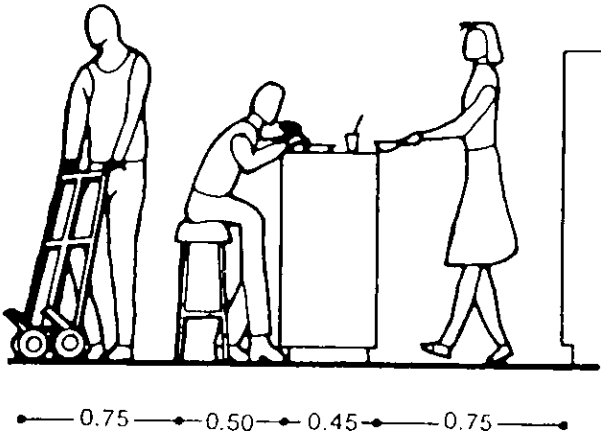
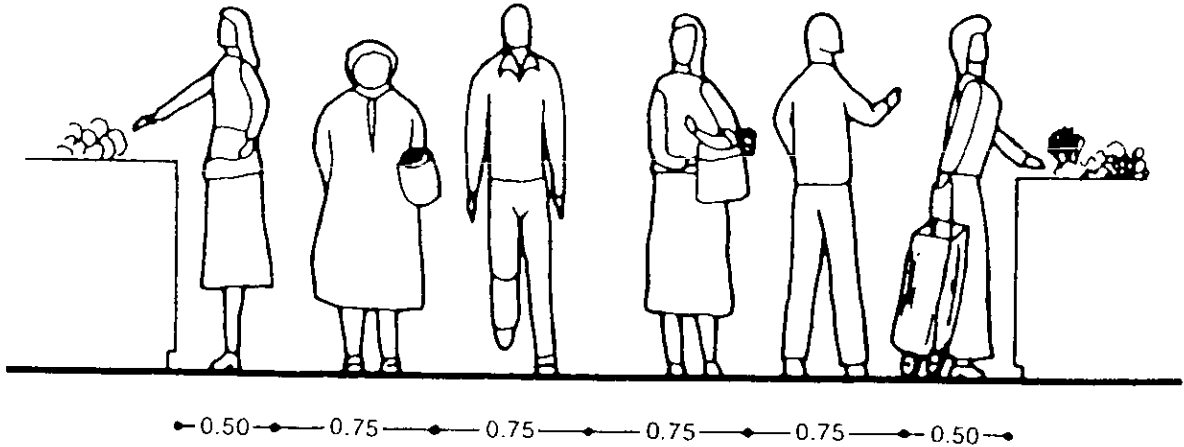
CAPITULO III
CONCLUSIONES
PLANOS ARQUITECTONICOS

CONCLUSIONES

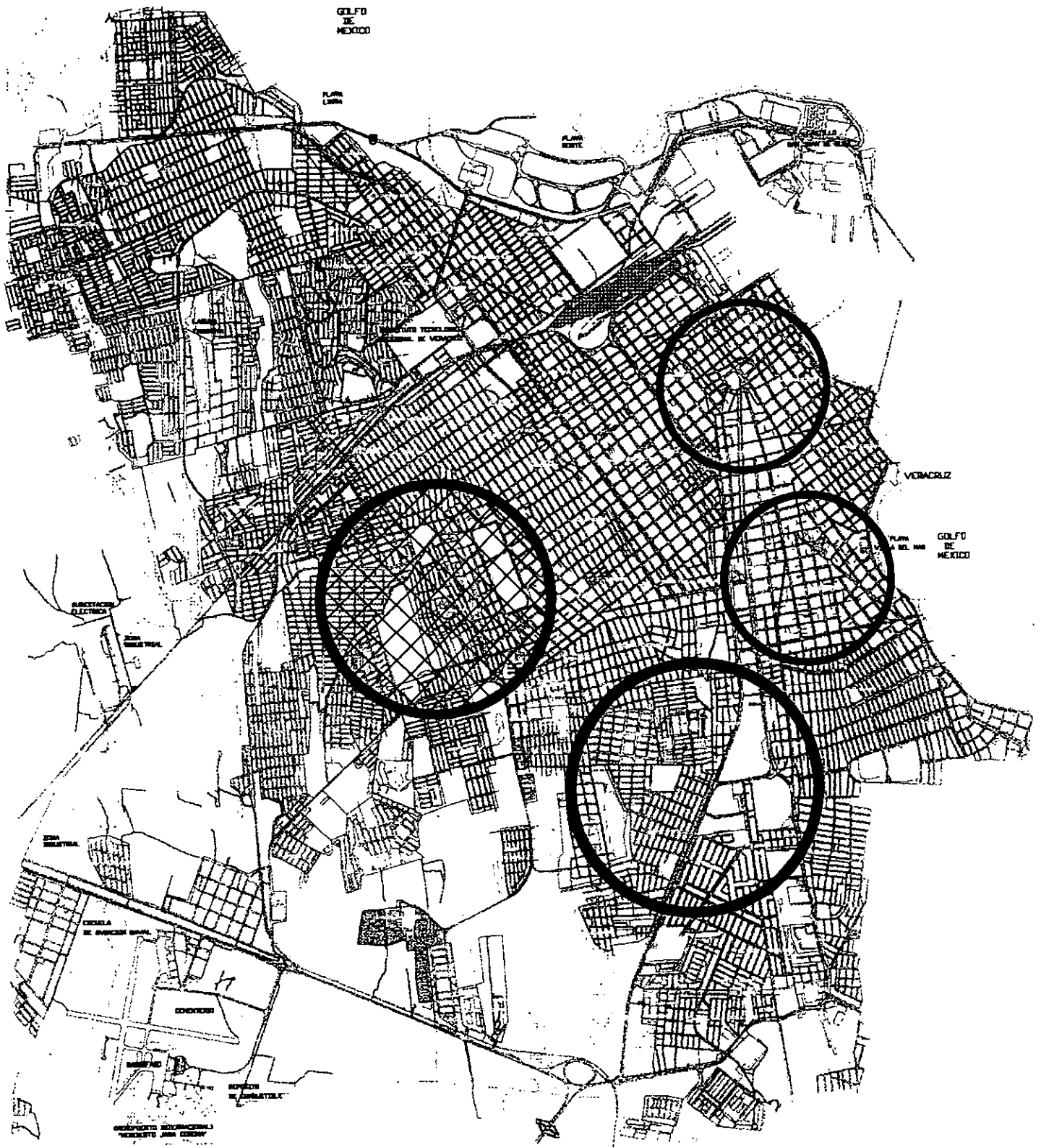
Después de haber realizado el presente trabajo, cabe destacar la importancia que tiene el cubrir las necesidades de la población a través de diferentes construcciones, en este caso el proyecto del mercado se enfoca a lograr cambios que formen parte de un mejoramiento en una población determinada, y como tal, participen en el desarrollo y crecimiento económico de un estado, sin olvidar por supuesto los avances arquitectónicos y la variedad de soluciones que a través del tiempo y de acuerdo a cada situación, se han venido presentando.

En este proyecto se logró hacer una fusión entre el tradicionalismo y soluciones nuevas, es decir, es un proyecto enfocado a solucionar problemas actuales sin olvidar la característica clásica de un mercado.

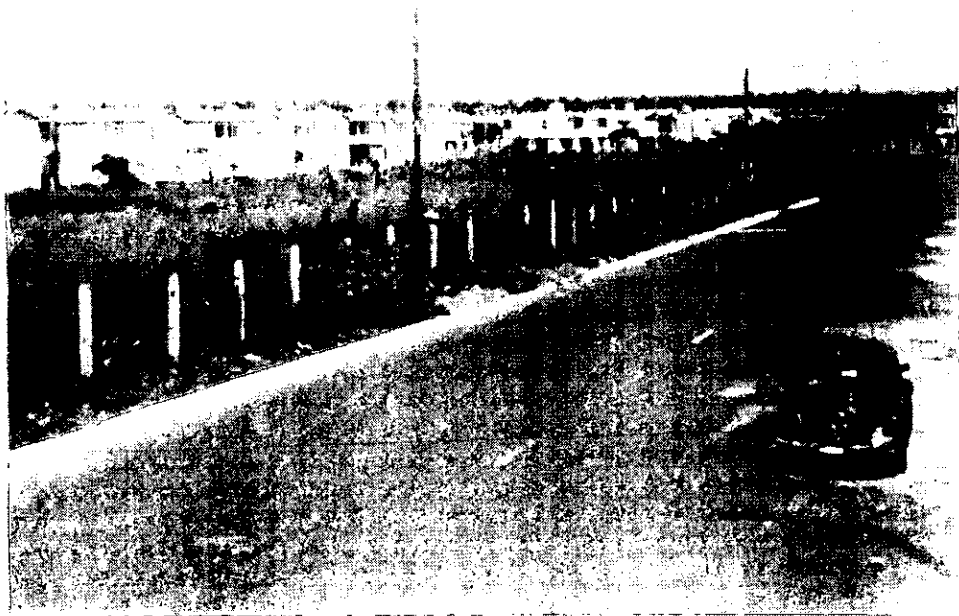
Con este proyecto pretendo que la gente se de cuenta de lo valioso que son nuestras costumbres y que se pueden modernizar pero sin perder la esencia.

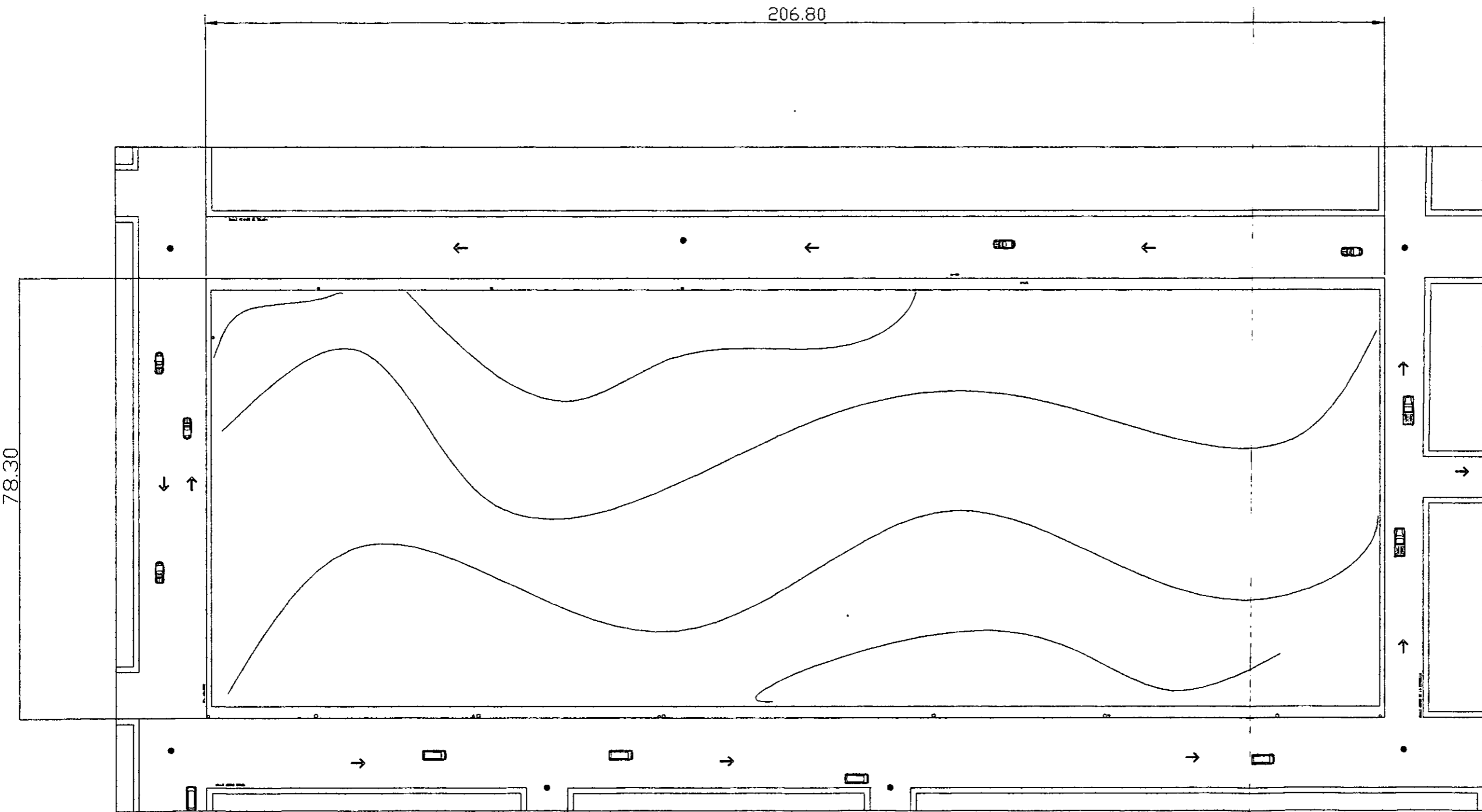


Circulaciones



ESTA TESIS NO SALE
DE LA BIBLIOTECA

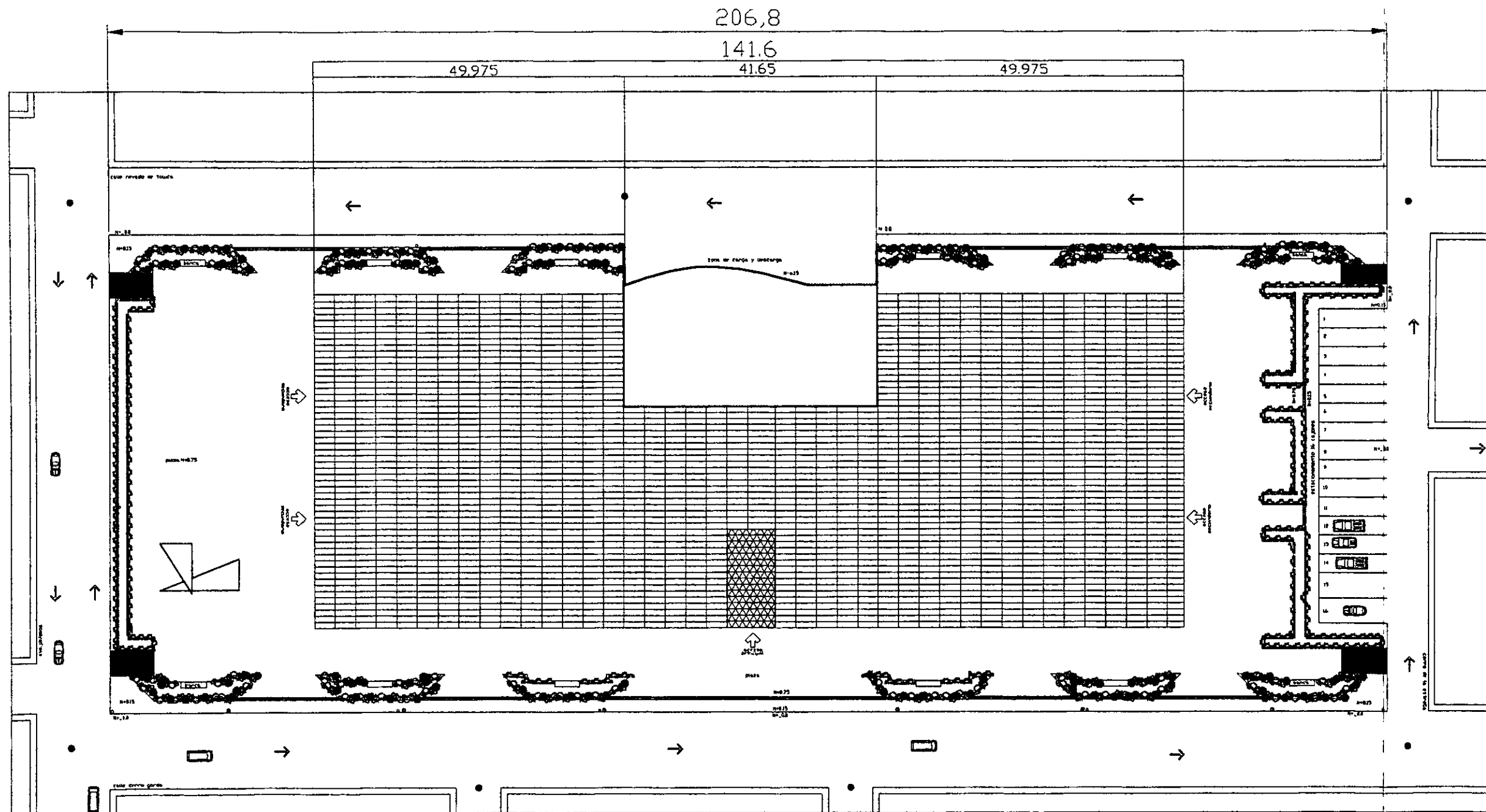




SECTOR DE SERVICIOS

<small>PROYECTO: MERCADO EN LA ZONA PONENTE DEL PUERTO DE VERACRUZ</small>	
<small>PLANO: TOPOGRAFICO</small>	<small>ESCALA: 1/500</small>
<small>DISEÑADA POR: ARQUITECTA CAROLINA ACOSTA</small>	<small>FECHA: 1998</small>
<small>REVISADA POR: ESTANISLAO DEL PILAR DOMESTINI</small>	<small>FECHA: 1998</small>

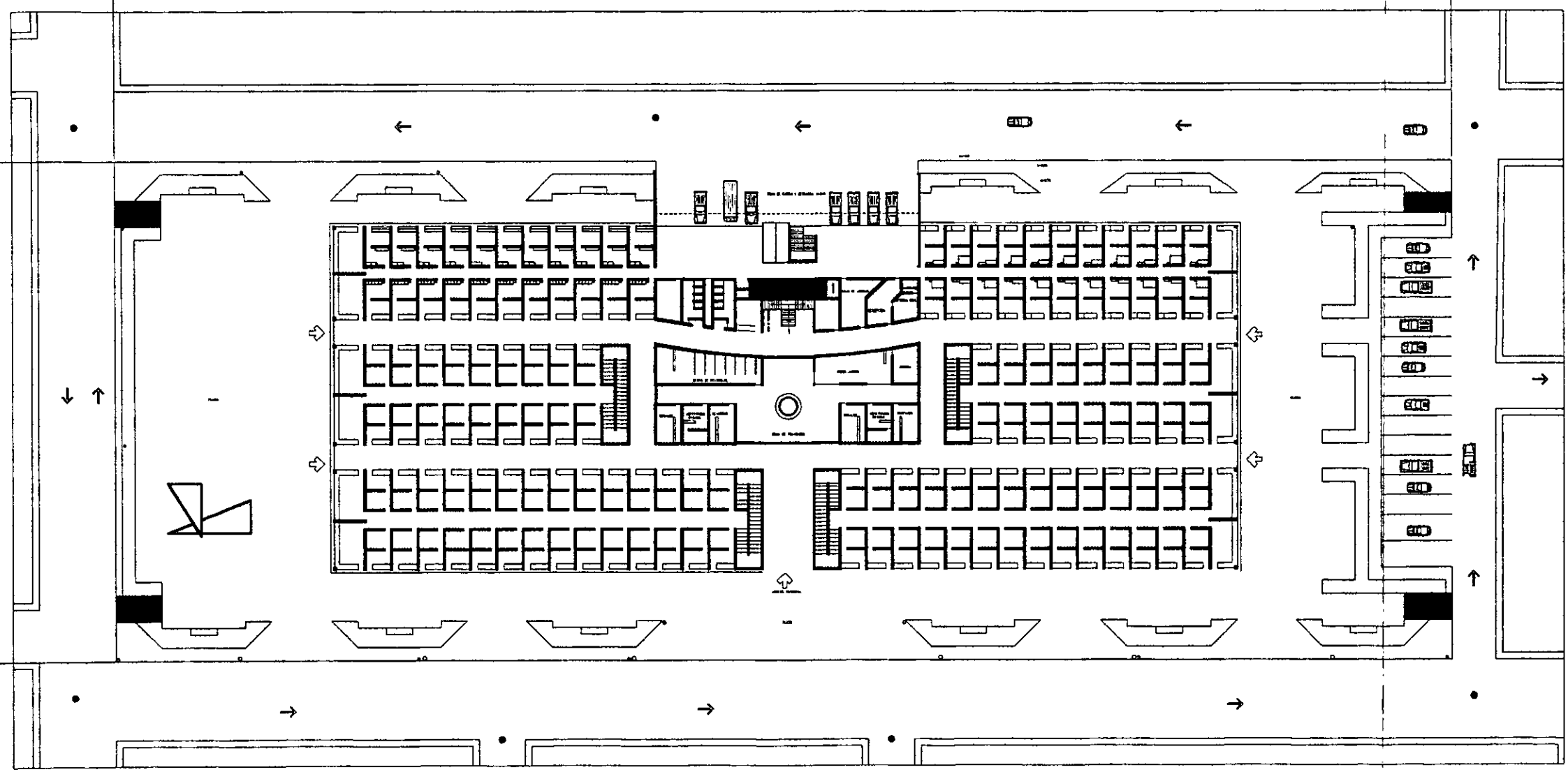
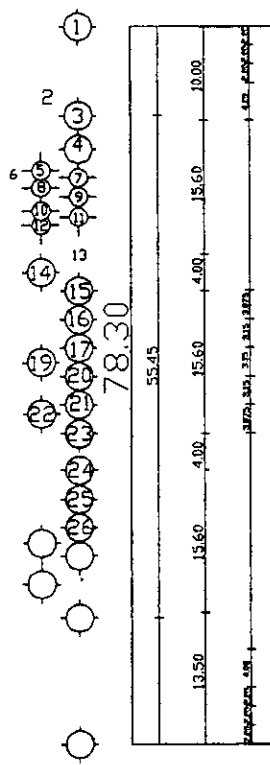
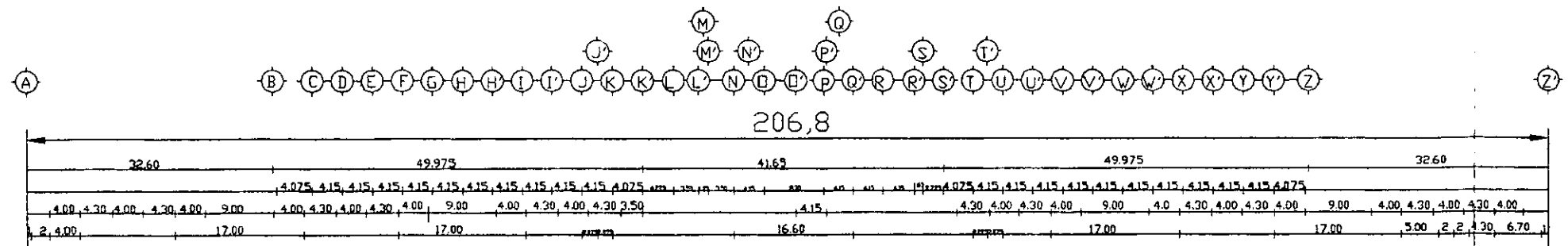
1



TERRENO
A= 4000m²

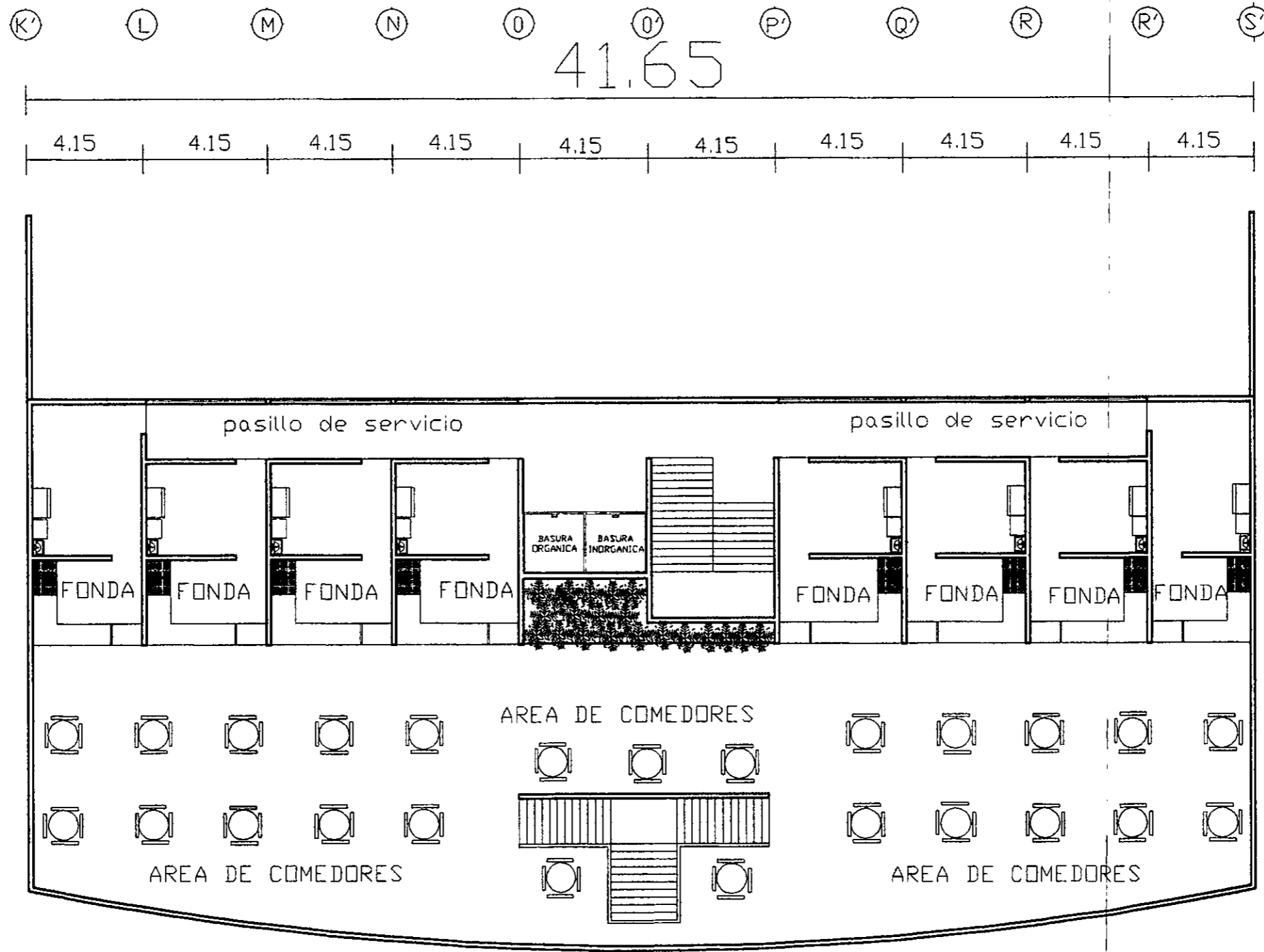
PROYECTO MERCADO EN LA ZONA PENIENTE DEL PUERTO DE VERACRUZ	
PLANO PLANTA DE CONJUNTO	ESCALA: 1:200
REVISOR DE OBRAS ARQUITECTA CAROLINA ACOSTA	ACOTACIONES: METROS
TERCETA BERTHA A. DEL PILAR BRANDT MTZ.	PLANO N°

2



PROYECTO: MERCADO EN LA ZONA PONIENTE DEL PUERTO DE VEREMUNT
 PLANO: PLANTA ARQUITECTONICA PLANTA BAJA
 TIPO DE PLANO: PLANO DE VEREMUNT
 ARQUITECTA: CAROLINA ACOSTA
 DISEÑADA POR: DEL PILAR BRANDT MTZ. ASOCIACION
 FECHA: 1980

3



TERRENO

A= 16192.44M2

PROYECTO:

"MERCADO EN LA ZONA PONIENTE DE VERACRUZ"

PLANO:

ARQUITECTONICO PLANTA ALTA

REVISOR DE TESIS: ARQ. CAROLINA ACOSTA | ESCALA: 1:200

TESISTA: BERTHA A. BRANDT MTZ. | ACOTACION: METROS

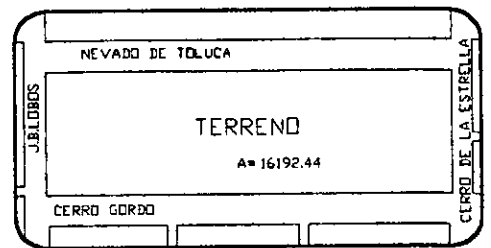
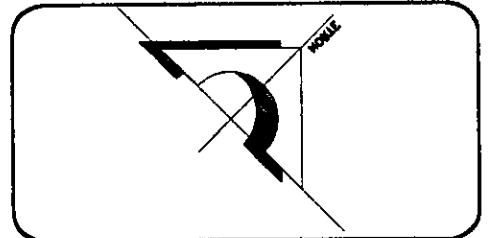
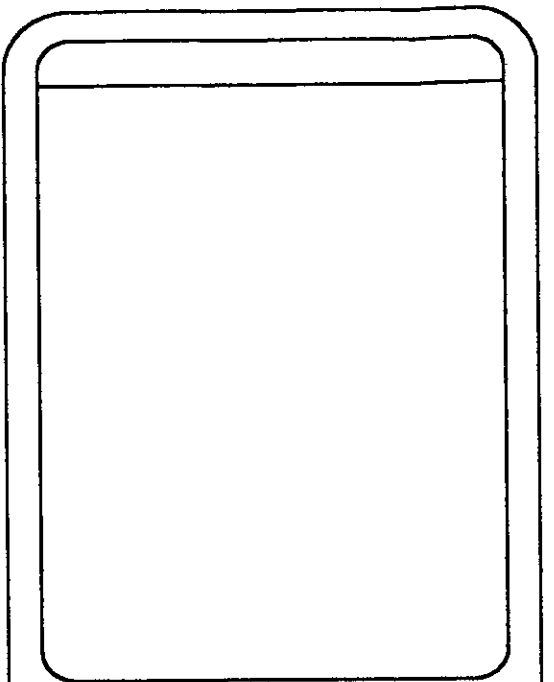
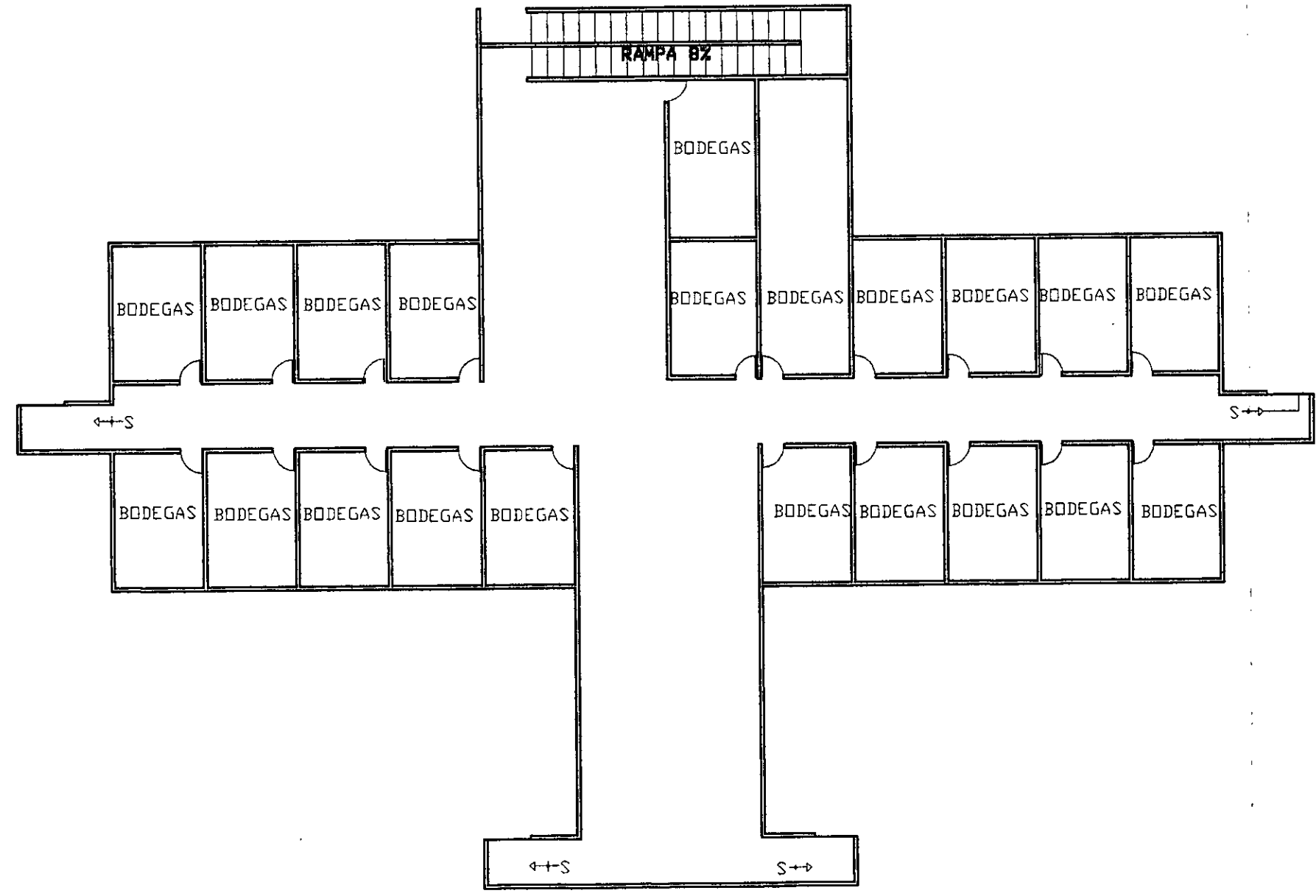
PLANO N°

4

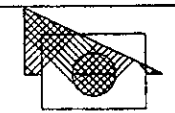
J K L M N O P Q R R' S T U
58.1

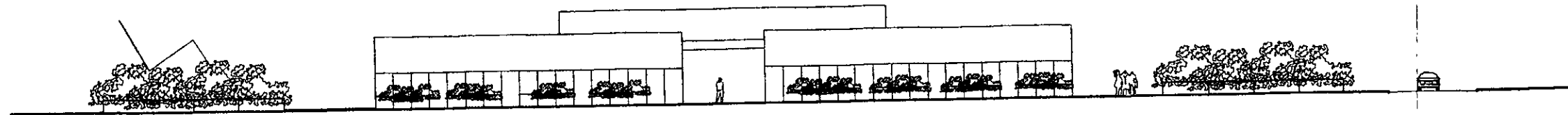
4.15 4.15 4.15 4.15 4.15 4.15 4.15 4.15 4.15 4.15 4.15 4.15 4.15

9
10
11
12
13
14
15
16
17
18
19
20
21
22
23
24
25
39.2
1.575
1.575
7.075
6.225
2.0
1.15
6.225
10.225
3.15

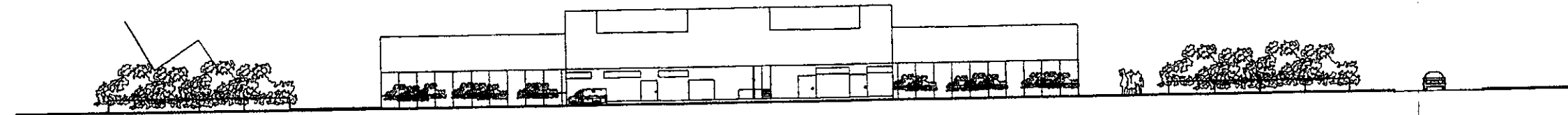


PROYECTO: "MERCADO EN LA ZONA DEL PUERTO DE VERACRUZ"	
PLANO: PLANTA ARQUITECTONICA DEL ZOTANO	
ASESOR DE TESIS: ARQUITECTA CAROLINA ACOSTA	ESCALA: 1:200 ACDTACION: METROS
TESISTA: BERTHA A. DEL PILAR BRANDT MTZ.	PLANO N° 5





FACHADA PRINCIPAL



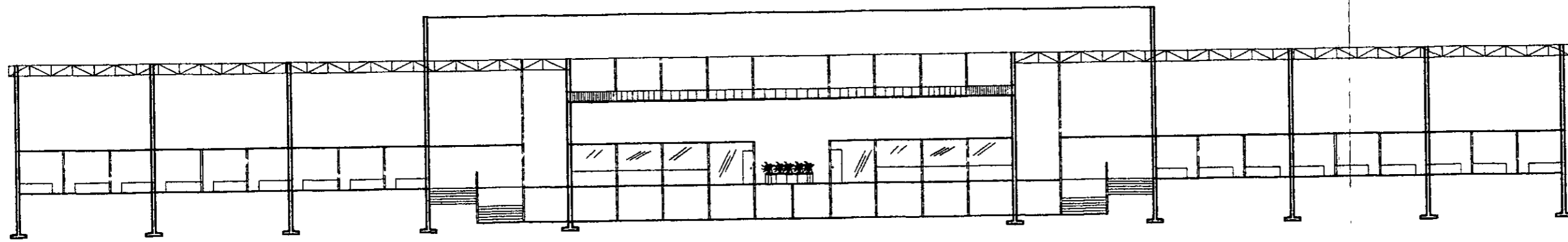
FACHADA POSTERIOR



FACHADA SUR

FACHADA NORTE

<p>TERRENO A= 16192.44M2</p>	
<p>PROYECTO: MERCADO EN LA ZONA PONIENTE DE VERACRUZ</p>	
<p>PLANO: FACHADAS</p>	
<p>REVISOR DE TESIS ARQ. CAROLINA ACOSTA</p>	<p>ESCALA: 1:200 ACOTACION: METROS</p>
<p>TESISTA: BERTHA A. BRANDT MTZ</p>	<p>PLANO N° 6</p>

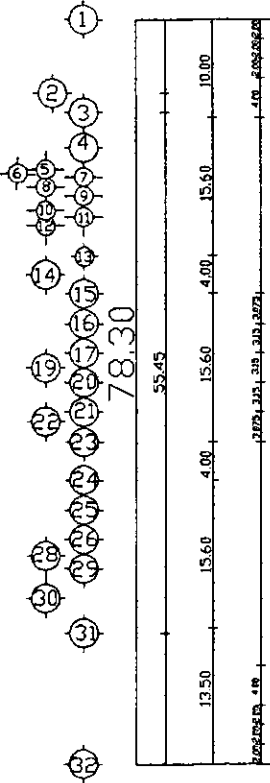
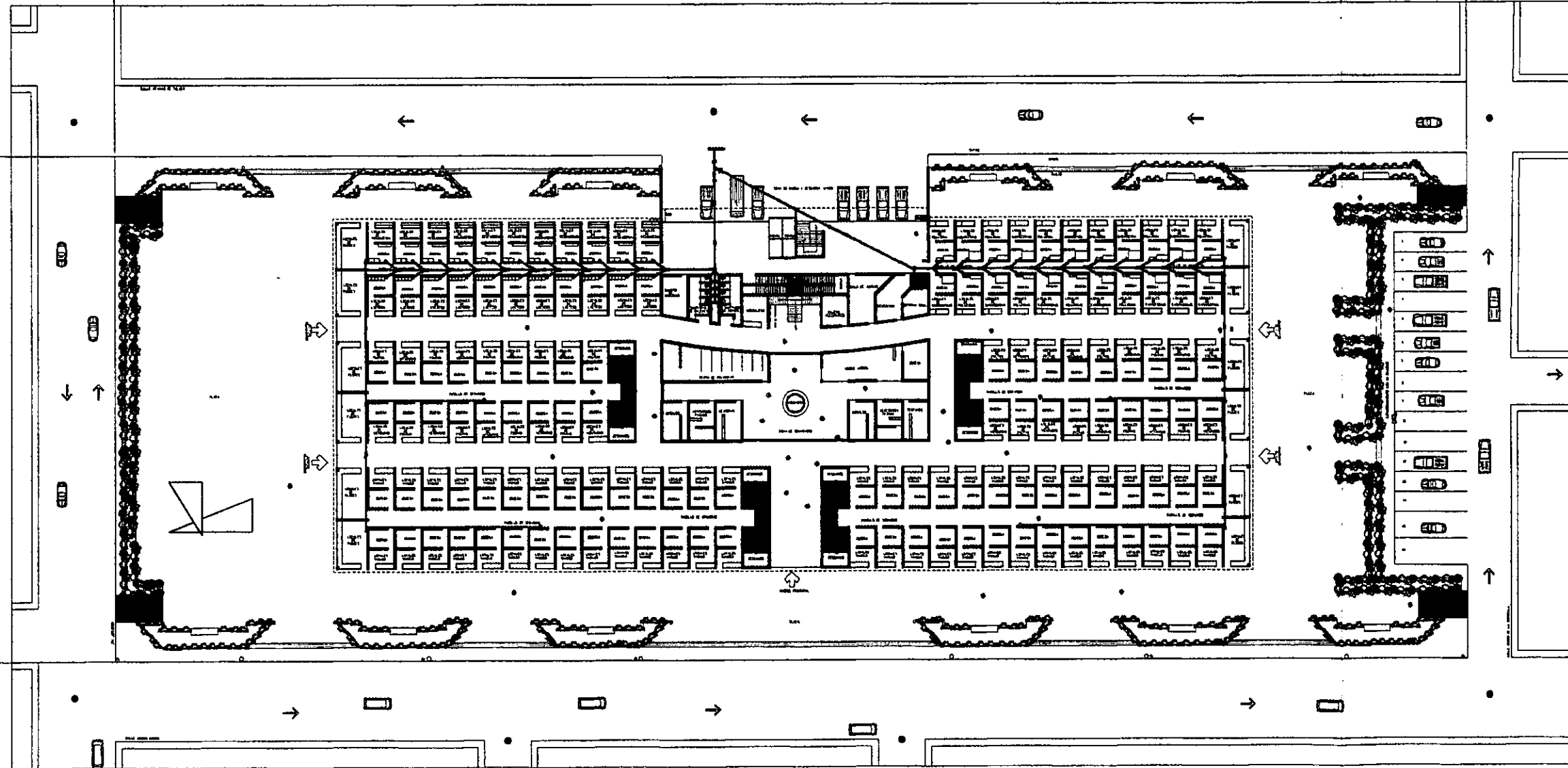
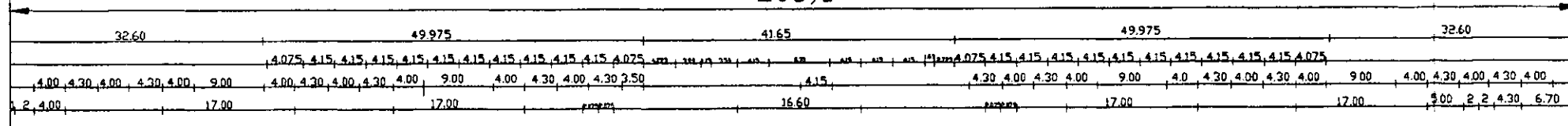


CORTE A-A'

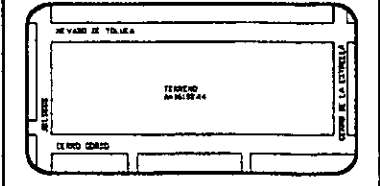
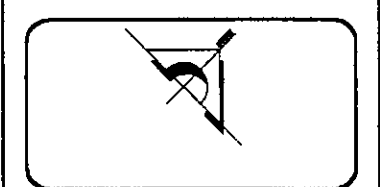
[Empty space for drawing]	
[North arrow symbol]	
TERRENO	
[Small site plan]	
"MERCADO EN LA ZONA DEL PUERTO DE VERACRUZ"	
CORTE	
PROYECTA: CAROLINA ACOSTA	ESCALA: 1/50
ESTUDIO: [Empty]	FECHA: [Empty]
PROYECTO: [Empty]	PLANO: [Empty]

A (B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z) Z

206,8



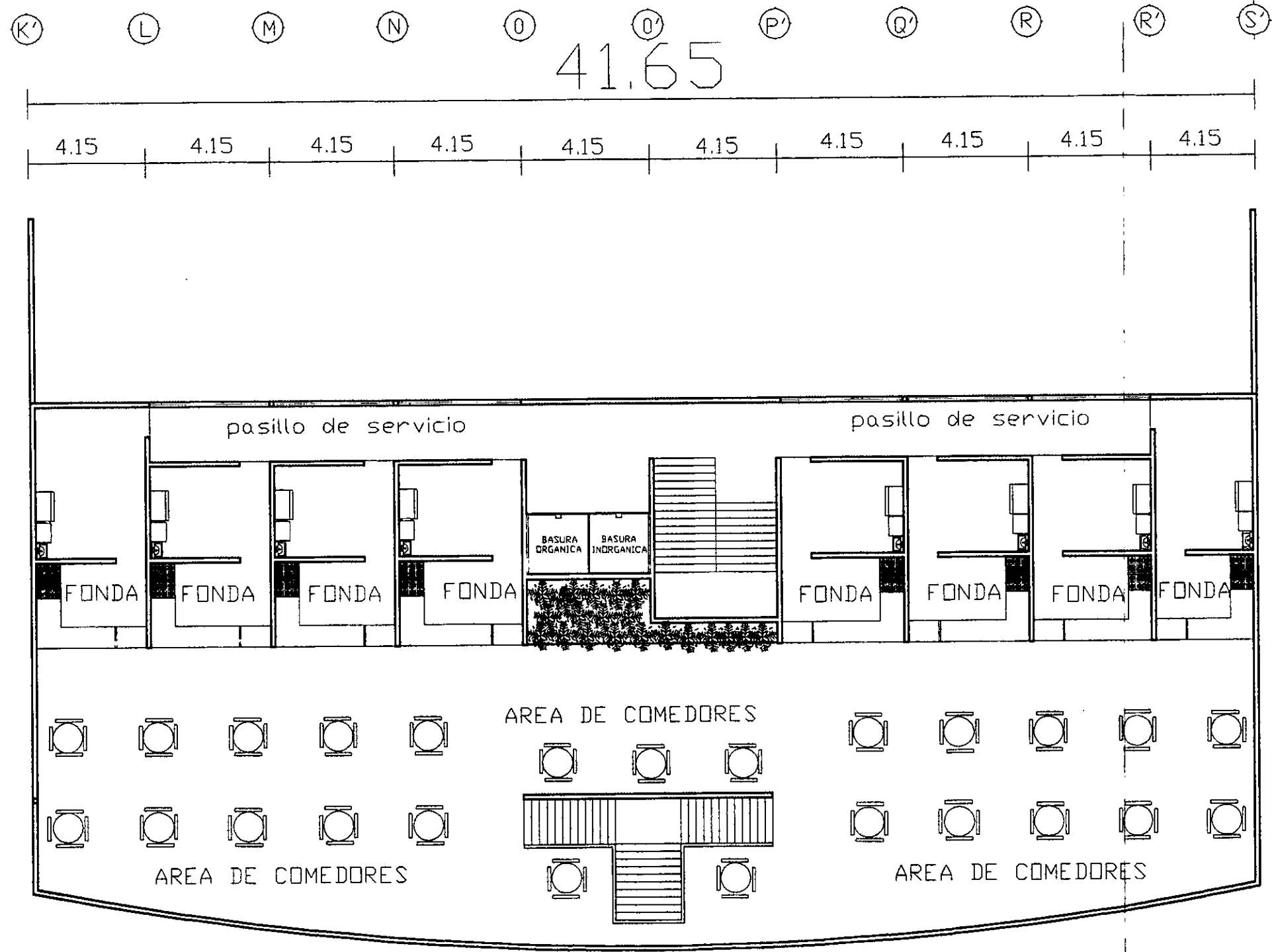
- A- LAVABOS MARCA LINDA MODELO MEXICO 2 PUNO EMPUJATORIA P TUBERIA CON LLAVES NEGRAS DE 1/2".
- B- TAPA BARRA LINDA MODELO BARRA FULL COLOR BARRA CUENTA CON PLACAS DE 1" CON BORNE INTERIOR Y AJUSTE CON BORNE INTERIOR.
- C- VENTILADOR DE TUBO FLEXIBLE PARA AEROSOL COLOR BLANCO MARCA OXIDE CON UNA ALTURA DE 1.80M.
- D- ARMADURA DE SOBREPUNTA PARA LAVABO MARCA LINDA CLAVE A-18.
- E- PORTA PAPEL DE PLASTICO RESISTENTE MODELO H-107.
- F- DIBUJOS DE TUBERIA DE PAPEL MODELO MARCA H-107 SINTETICO EMPUJADOR A UNA ALTURA DE 1.80M.
- G- BARRIETE PARA BARRA CON TAPA DE VALVULA TAPADO DERECHO.
- H- ESPALDO LINDA CON BORNE DE ALUMINIO ORO A. C. A. 2.00 LAVABO.
- I- COLABERA PARA PISO MARCA HELVEA MODELO H-107.
- J- LAMPARA DE ACILADO 1200V MODELO ORETA.
- K- PISO ANTIRESBALANTE DE BRISA MODELO LINDA DE VITROTELA.
- L- CUBO DE 100L.
- M- CUBO DE 100L BALINOS.
- N- MARCA MARCA REALIST.



PROYECTO
"MERCADO EN LA ZONA PONIENTE DEL PUERTO DE VERACRUZ"

PLANO: INSTALACION SANITARIA PLANTA BAJA
 AREA DE TRABAJO: 1200.00 M²
 ARQUITECTA: CAROLINA ACOSTA
 TITULO: SEPTIMA A DEL PILAR BRAMOT HIZ

PLANTA BAJA
 ESCALA: 1/50
 ACOTACION: METROS
 PLANO: 01



41.65

4.15 4.15 4.15 4.15 4.15 4.15 4.15 4.15 4.15 4.15

pasillo de servicio

pasillo de servicio

FONDA

FONDA

FONDA

FONDA

BASURA ORGANICA

BASURA INORGANICA

FONDA

FONDA

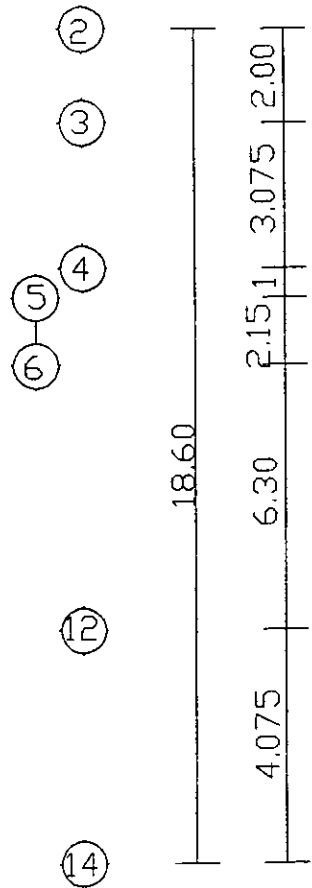
FONDA

FONDA

AREA DE COMEDORES

AREA DE COMEDORES

AREA DE COMEDORES



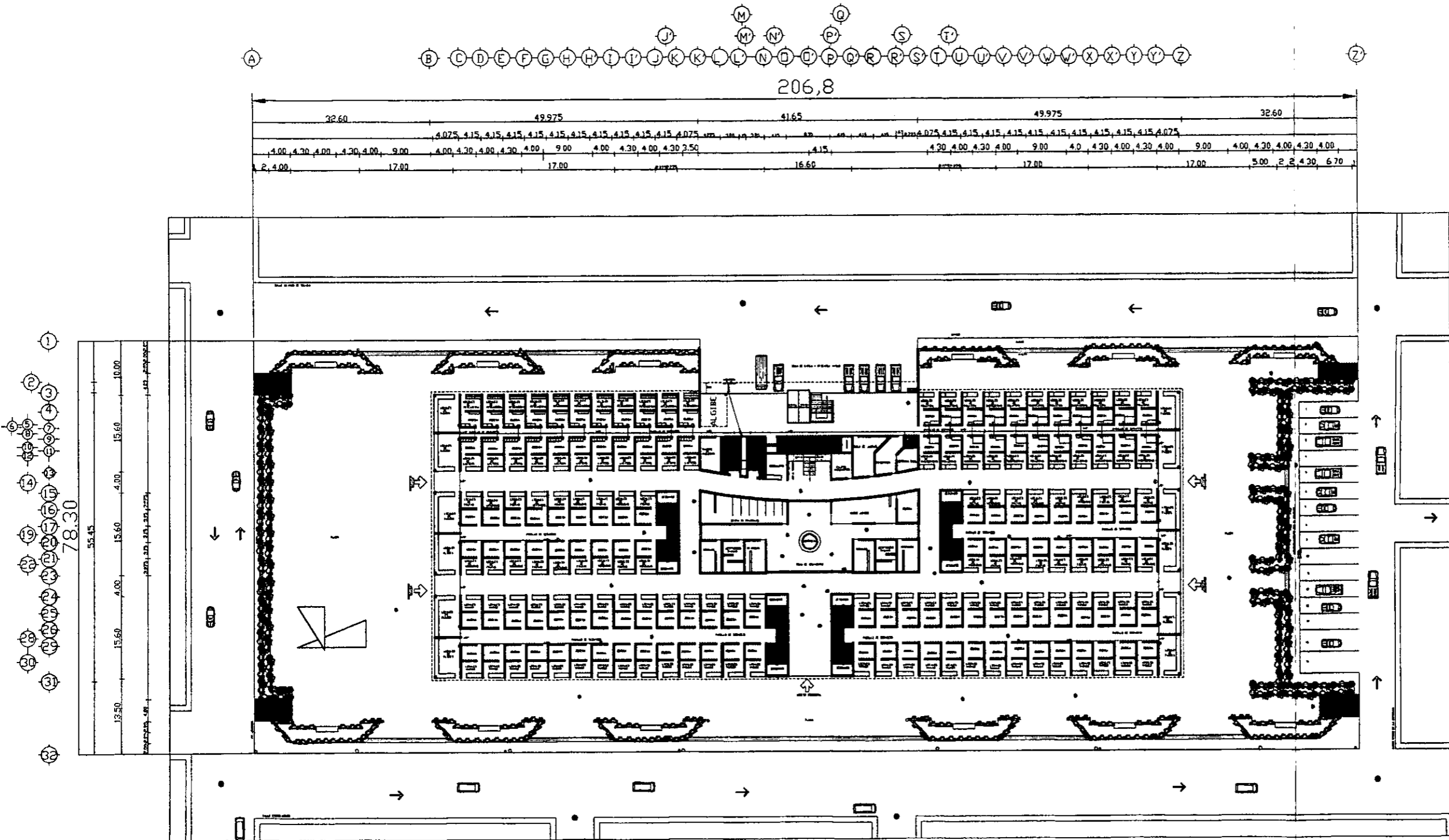
NEVADO DE TOLUCA

TERRENO

A=16192.44

JUBLIBROS CERRO DE LA ESTRELLA CERRO GORDO

PROYECTO: HECHO EN LA ZONA PONDIC DE VENEZUELA	PLANO Nº
PLANO: INST. SANITARIA PLANTA ALTA	
ESCALA: 1:500 ACOLOCACION METROS	
REVISOR DE TRABAJO: ANTONIO PARRA ACOSTA DISEÑO: MARTIN A. BARRAL MTZ	



A.- LAVABOS PARA LAVAR MANOS Y PIES PARA TANTAS PERSONAS P
 CUENTA CON LLAVES METALICAS DE TAMAÑO
 B.- TAMAÑO DE LOS PISO DE BARRIO FLAT, QUE SE HAN CUENTA CON
 FLORES Y UN PISO DE TAMAÑO P. ALGUNOS SON BARRIO JUBILAN, Y
 TAMAÑO DE PISO DE TAMAÑO P. ALGUNOS SON BARRIO JUBILAN, Y
 C.- SISTEMAS DE PISO DE TAMAÑO P. ALGUNOS SON BARRIO JUBILAN, Y
 D.- PUERTAS DE TAMAÑO P. ALGUNOS SON BARRIO JUBILAN, Y
 E.- PUERTAS DE TAMAÑO P. ALGUNOS SON BARRIO JUBILAN, Y
 F.- PUERTAS DE TAMAÑO P. ALGUNOS SON BARRIO JUBILAN, Y
 G.- PUERTAS DE TAMAÑO P. ALGUNOS SON BARRIO JUBILAN, Y
 H.- PUERTAS DE TAMAÑO P. ALGUNOS SON BARRIO JUBILAN, Y
 I.- PUERTAS DE TAMAÑO P. ALGUNOS SON BARRIO JUBILAN, Y
 J.- PUERTAS DE TAMAÑO P. ALGUNOS SON BARRIO JUBILAN, Y
 K.- PUERTAS DE TAMAÑO P. ALGUNOS SON BARRIO JUBILAN, Y
 L.- PUERTAS DE TAMAÑO P. ALGUNOS SON BARRIO JUBILAN, Y
 M.- PUERTAS DE TAMAÑO P. ALGUNOS SON BARRIO JUBILAN, Y
 N.- PUERTAS DE TAMAÑO P. ALGUNOS SON BARRIO JUBILAN, Y
 O.- PUERTAS DE TAMAÑO P. ALGUNOS SON BARRIO JUBILAN, Y
 P.- PUERTAS DE TAMAÑO P. ALGUNOS SON BARRIO JUBILAN, Y
 Q.- PUERTAS DE TAMAÑO P. ALGUNOS SON BARRIO JUBILAN, Y
 R.- PUERTAS DE TAMAÑO P. ALGUNOS SON BARRIO JUBILAN, Y
 S.- PUERTAS DE TAMAÑO P. ALGUNOS SON BARRIO JUBILAN, Y
 T.- PUERTAS DE TAMAÑO P. ALGUNOS SON BARRIO JUBILAN, Y
 U.- PUERTAS DE TAMAÑO P. ALGUNOS SON BARRIO JUBILAN, Y
 V.- PUERTAS DE TAMAÑO P. ALGUNOS SON BARRIO JUBILAN, Y
 W.- PUERTAS DE TAMAÑO P. ALGUNOS SON BARRIO JUBILAN, Y
 X.- PUERTAS DE TAMAÑO P. ALGUNOS SON BARRIO JUBILAN, Y
 Y.- PUERTAS DE TAMAÑO P. ALGUNOS SON BARRIO JUBILAN, Y
 Z.- PUERTAS DE TAMAÑO P. ALGUNOS SON BARRIO JUBILAN, Y

NOTAS
 PARA LA RED HERRAMIENTA VERE TUBERIA DE P.V.E TIPO NORMAL CON
 CONE ALDRE PARA

SIMBOLOGIA

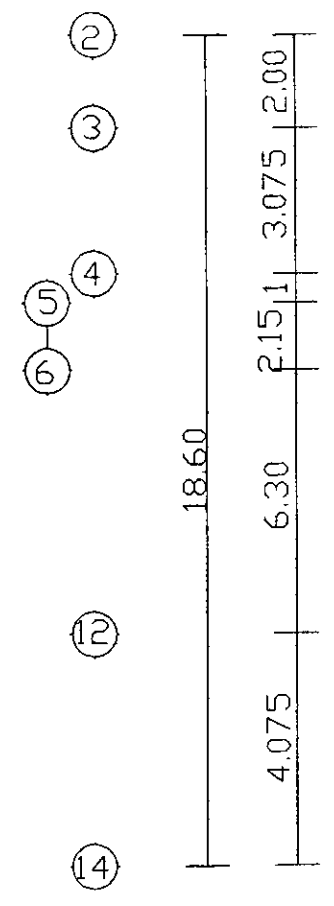
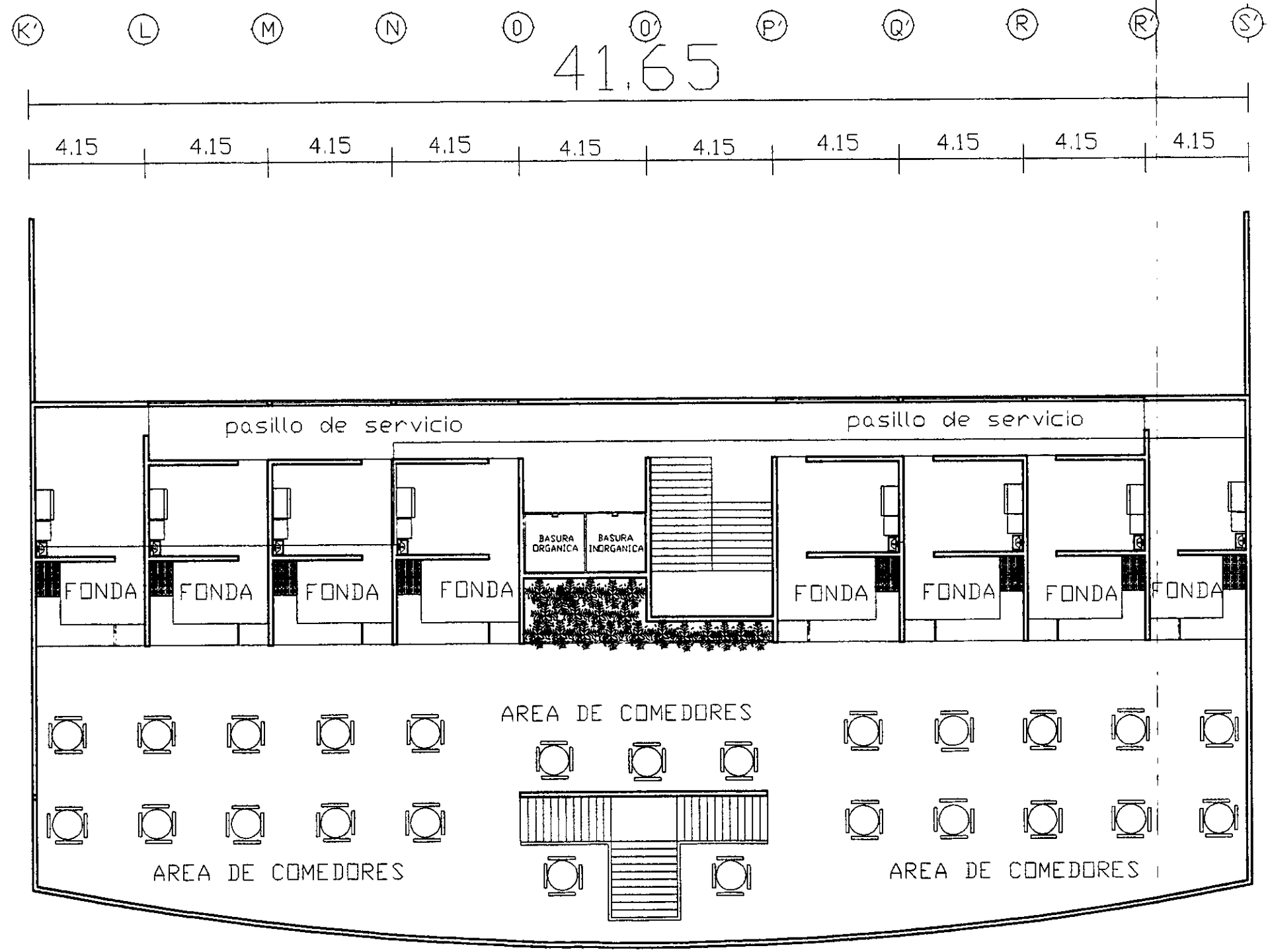
LINEA DE TUBERIA
 LINEA DE TUBERIA
 LINEA DE TUBERIA
 LINEA DE TUBERIA
 LINEA DE TUBERIA
 LINEA DE TUBERIA

DETALLES DE LLAVES

REYANO DE TELUCA
 TUBERIA
 TUBERIA
 TUBERIA

PROYECTO
 MERCADO EN LA ZONA PENITENTE DEL PUERTO DE VERACRUZ
 PLANTA BAJA
 ARQUITECTA CAROLINA ACOSTA
 DISEÑO
 CERTIFICADO DEL PILAR BRANDT NTZ

ESCALA 1:500
 METROS
 10



NEVADO DE TOLUCA

TERRENO

A=16192.44

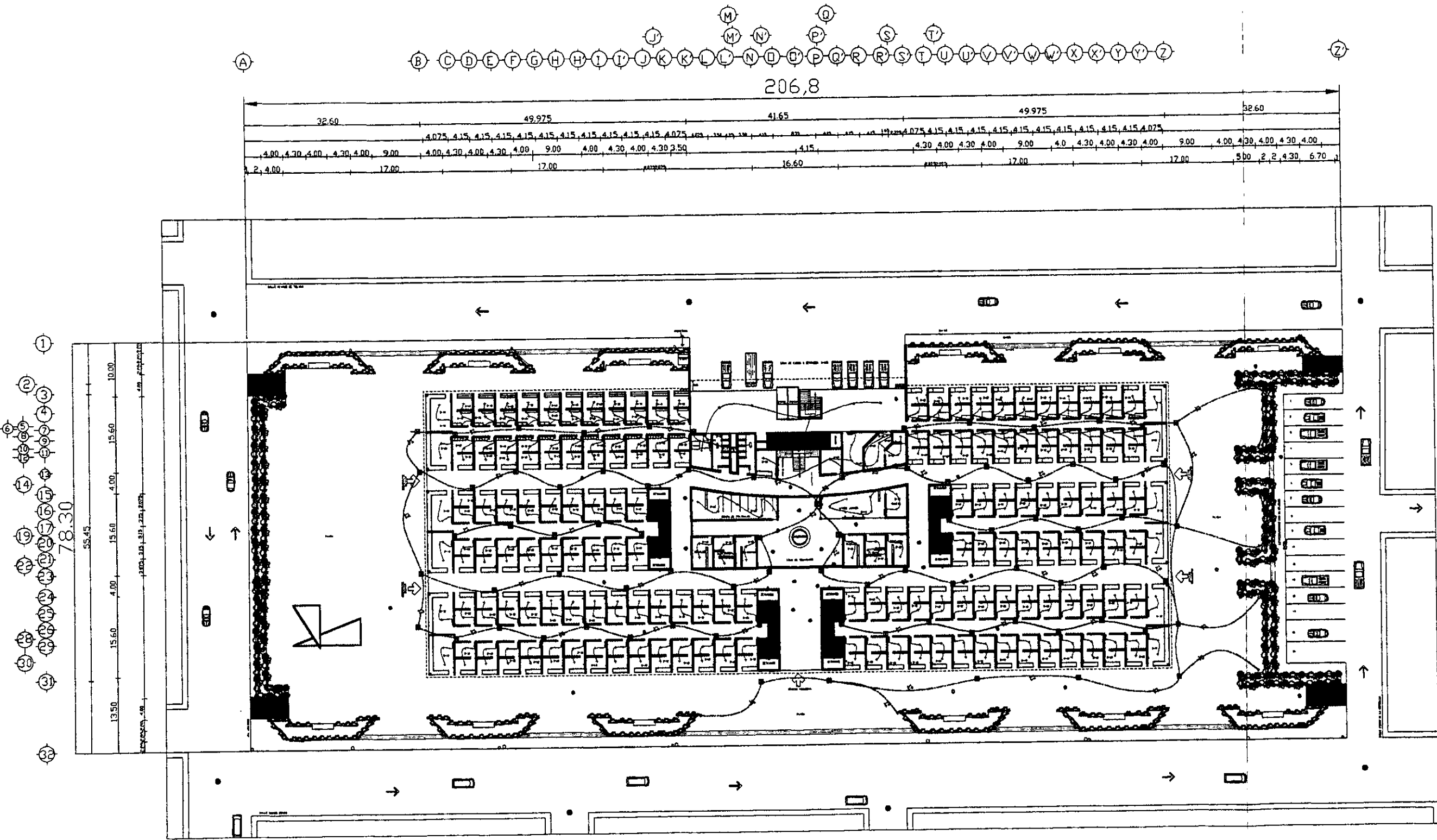
JULIQUES CERRO DE LA ESTRELLA CERRO GORDO

PROYECTO

"MERCADO EN LA ZONA PONIENTE DE VERACRUZ"

PLANO INST.HIDRAULICA PLANTA ALTA

REVISOR DE TESIS ARQ.CAROLINA ACOSTA	ESCALA 1:200 ACOTACION 1/4"=1'00"
ASISTENTE BERTHA A. BRANDT MTZ.	PLANO N° 11



MATERIAL A EMPLEARSE

TUBO CONDUITO PNEUM. PLASTICO RESISTENTE A LA COMPRESION ALMOCALADO DE 1/2" (12.7mm) PARA CONDUCCION DE CABLES DE ALTA TENSION. CABLES ALUMINADOS DE 1/2" (12.7mm) PARA CONDUCCION DE CABLES DE BAJA TENSION. CABLES DE ALUMINIO DE 1/2" (12.7mm) PARA CONDUCCION DE CABLES DE BAJA TENSION. CABLES DE ALUMINIO DE 1/2" (12.7mm) PARA CONDUCCION DE CABLES DE BAJA TENSION.

SIMBOLGIA

- ACOMETIDA DE ALTA TENSION
- TRANSFORMADOR DE TENSION
- MEDIDOR DE ENERGIA
- ESTACION ELECTRICA
- CENTRO DE CARGAS
- INTERRUPTOR DE CARGAS
- BUJES POR LECA Y MANDOS
- LAMPARA SIN LINE DE ESTIMULANTE
- LAMPARA SIN LINE DE ESTIMULANTE
- TABLA DE CONTROL INSTRUMENTAL
- SALA DE RESERVAS INCOMPLETAMENTE
- CONTACTO REMEDIADO ESPECIAL
- INDICADORA TRAFICA DE AMPERIOS VOLTA
- AMPERIOS REMEDIADO ESPECIAL
- INTERRUPTOR TONO MAGNETICO

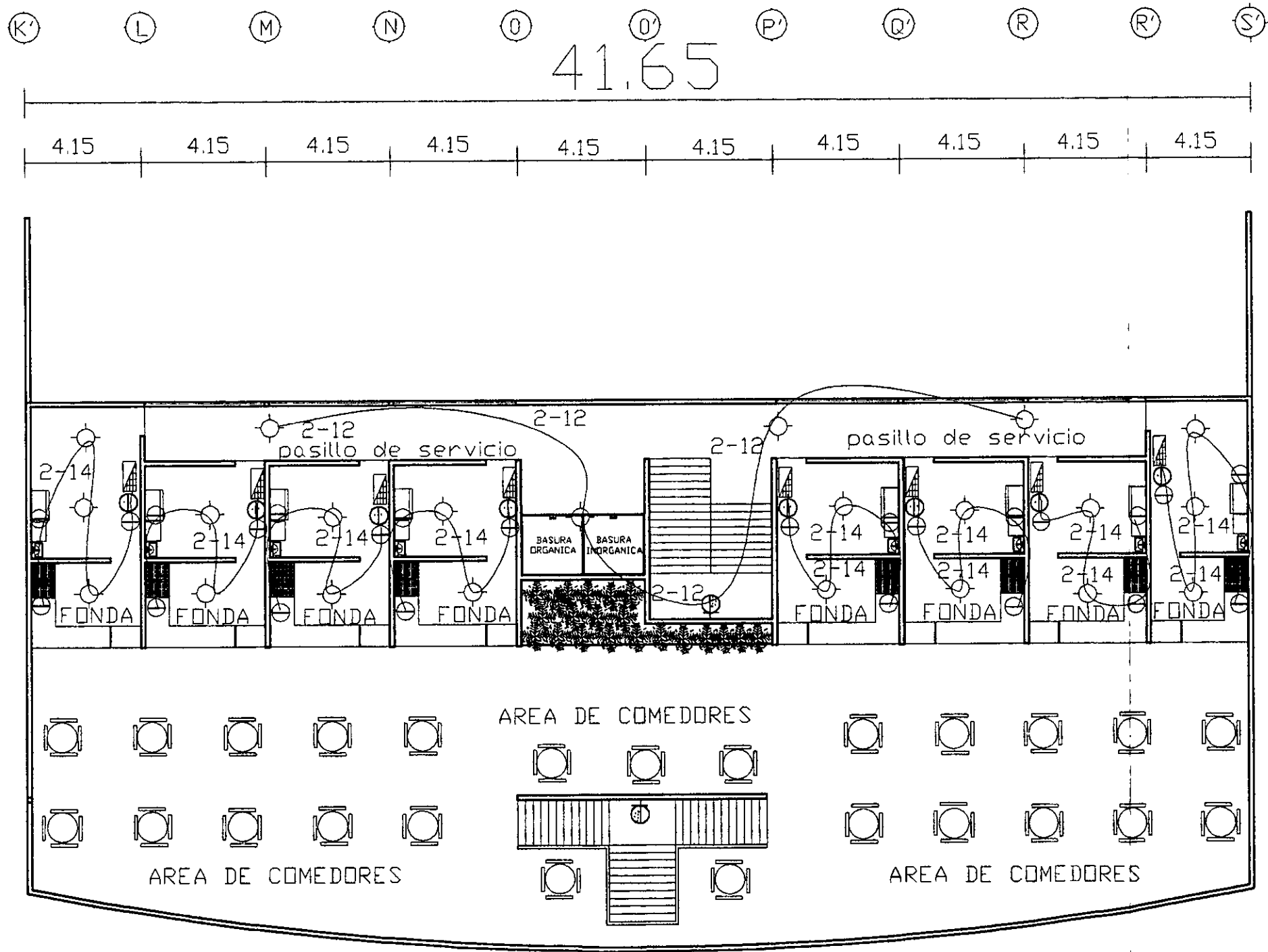
TABLEROS DE MEDIDORES

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31 32

NE VARE DE TOLCHA
 TENCION
 EN VOLTOS

PROYECTO:
"MERCADO EN LA ZONA PONIENTE DEL PUERTO DE VERACRUZ"
 PLANO INST. ELECTRICA PLANTA BAJA
 DE VOTOS DE TENCION ACOSTA SISTEMA TENCION METROS
 REVISADO POR ACOSTA SISTEMA TENCION METROS
 FECHA 1978 PLANO N°

12



TERRENO
A= 16192.44

PROYECTO:
"MERCADO EN LA ZONA
PONIENTE DE VERACRUZ"

PLANO:
INST. ELECTRICA PLANTA ALTA

REVISOR DE TESIS ARQ. CAROLINA ACOSTA	ESCALA: 1:200
TESISTA: BERTHA A. BRANDT MTZ.	ACOTACION: METROS

13

J K L M N O P Q R S T U

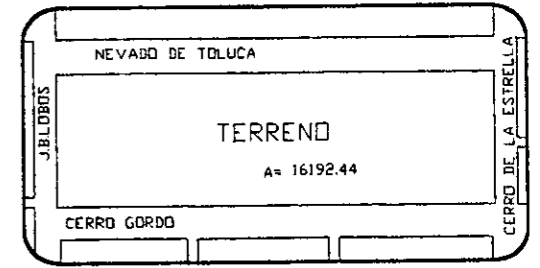
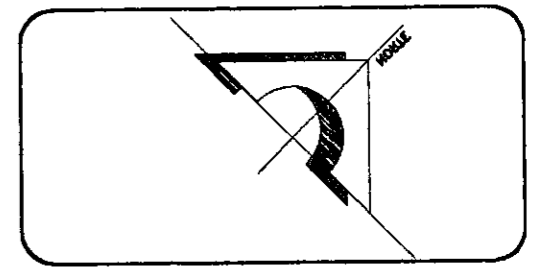
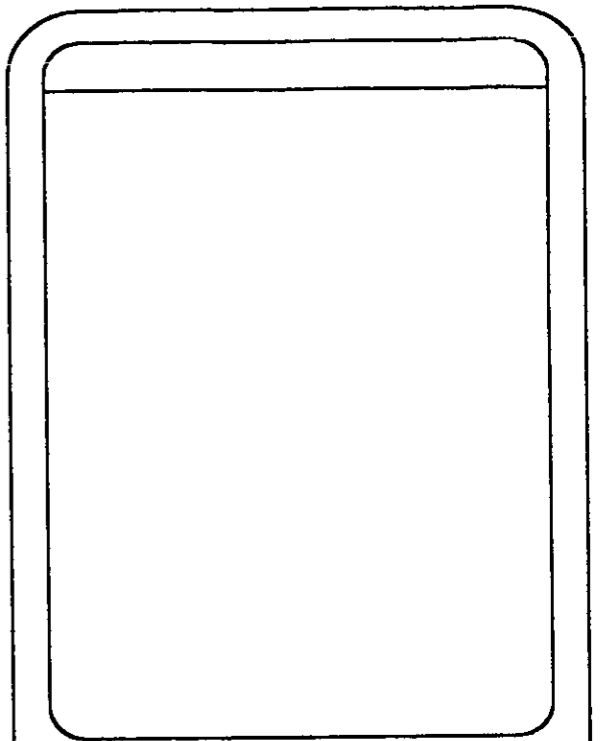
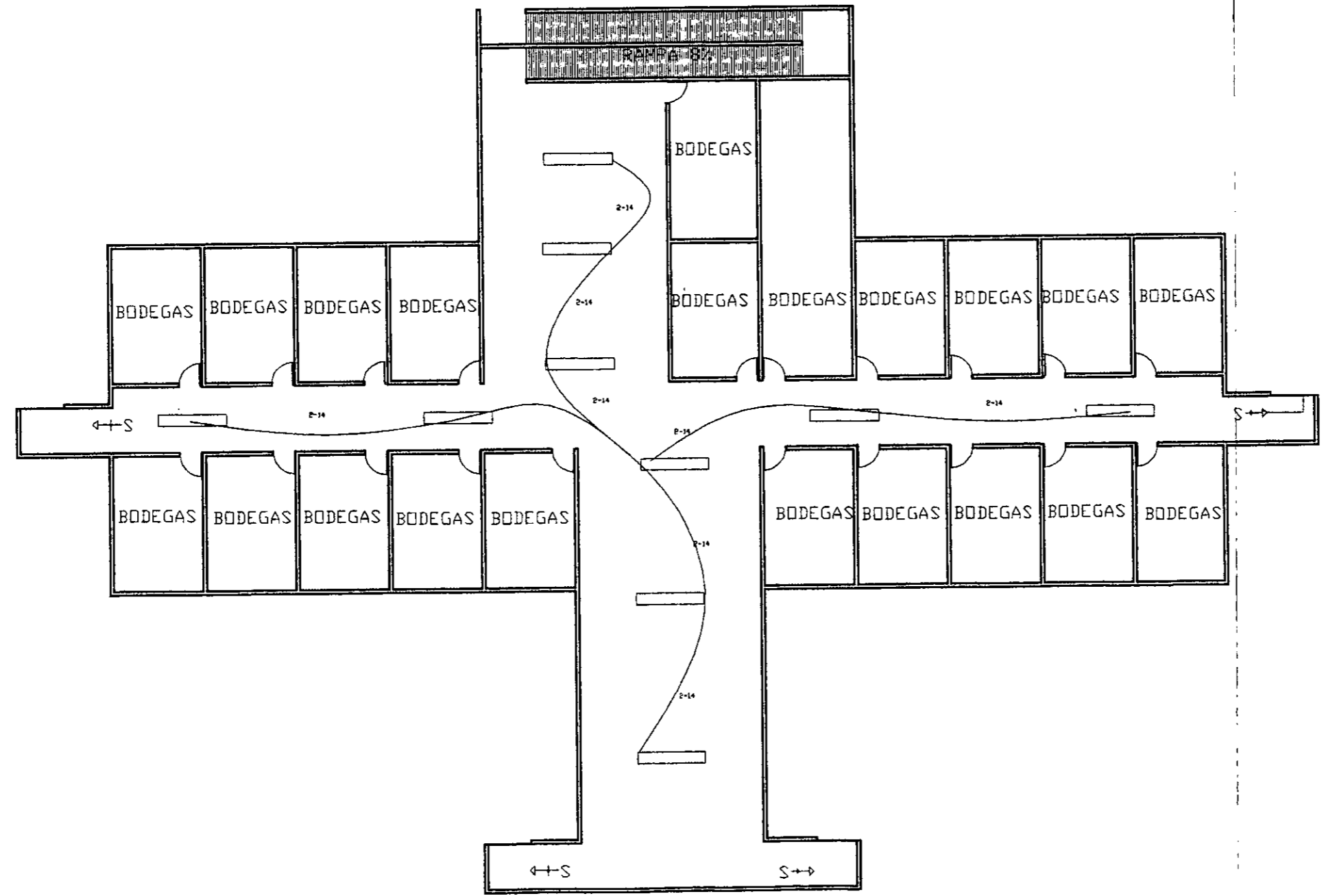
58.1

4.15 4.15 4.15 4.15 4.15 4.15 4.15 4.15 4.15 4.15 4.15 4.15 4.15

9
10
11
12
13
14
15
16
17
18
19
20
21
22
23
24
25
26
27
28
29

39.2

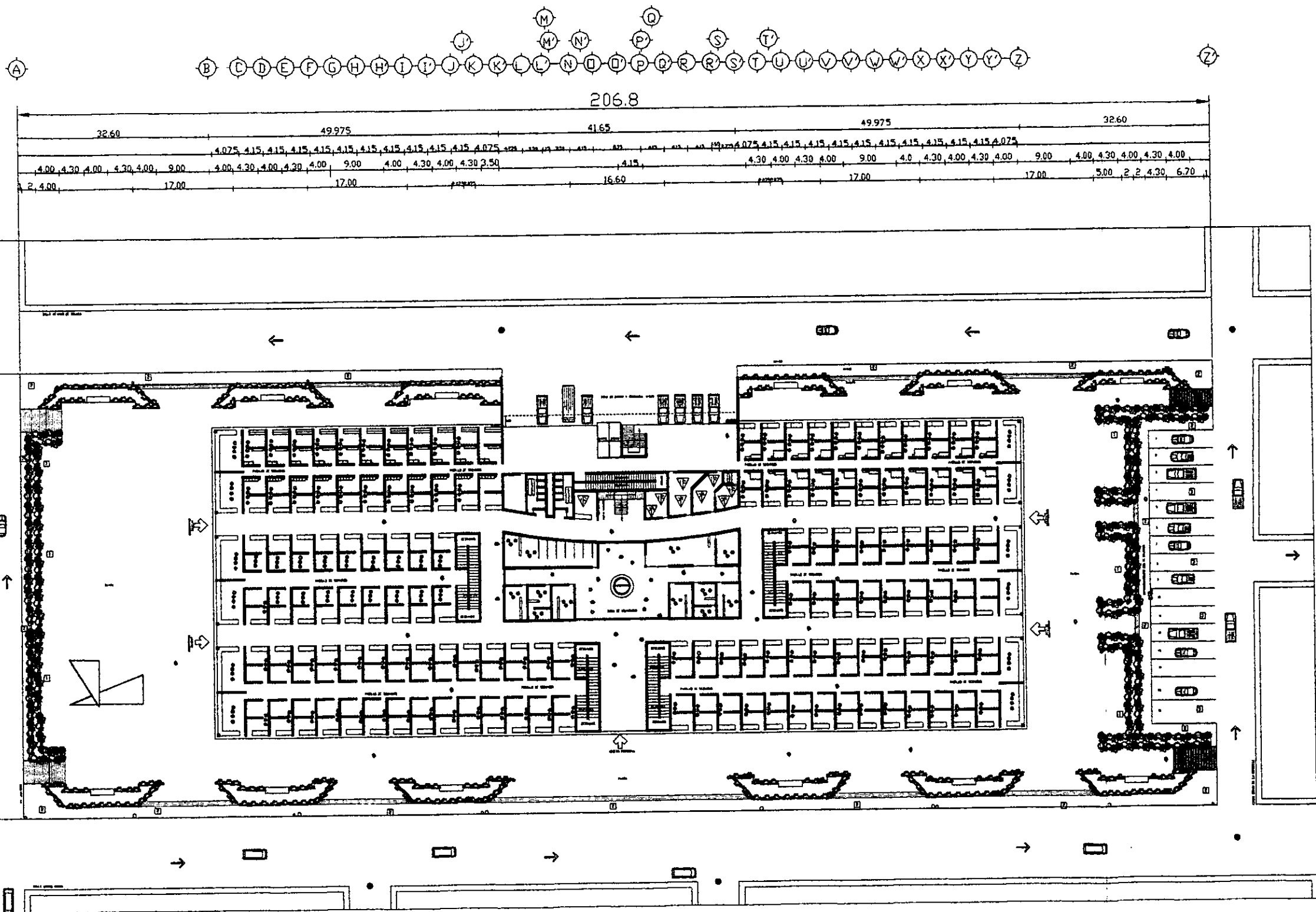
1.575
1.575
7.075
6.225
2.0
1.15
6.225
10.225
3.15



PROYECTO:
"MERCADO EN LA ZONA DEL PUERTO DE VERACRUZ"
PLANO:
INST. ELECTRICA AREA DEL ZOTANO
REVISOR DE TESIS
ARQUITECTA CAROLINA ACOSTA
TESISTA:
BERTHA A. DEL PILAR BRANDT MTZ.

ESCALA: 1:200
ACOTACION METROS:
PLANO Nº

14



ACABADOS DE LOCALES

LEYES DE MUEBLES, PISOS Y TAPICERIAS

- 1. MUEBLES: SERÁN DE MADERA O DE PLÁSTICO, DEBEN SER RESISTENTES Y DEBEN SER DEBILITADOS EN SU DISEÑO.
- 2. PISOS: SERÁN DE CERÁMICA, DE MADERA O DE PLÁSTICO, DEBEN SER RESISTENTES Y DEBEN SER DEBILITADOS EN SU DISEÑO.
- 3. TAPICERIAS: SERÁN DE TELA O DE PIEL, DEBEN SER RESISTENTES Y DEBEN SER DEBILITADOS EN SU DISEÑO.

LEYES DE PINTURAS, PAREDONES Y CORRIDORES

- 1. PINTURAS: SERÁN DE PULVERO, DEBEN SER RESISTENTES Y DEBEN SER DEBILITADOS EN SU DISEÑO.
- 2. PAREDONES: SERÁN DE PLÁSTICO, DEBEN SER RESISTENTES Y DEBEN SER DEBILITADOS EN SU DISEÑO.
- 3. CORRIDORES: SERÁN DE CERÁMICA, DEBEN SER RESISTENTES Y DEBEN SER DEBILITADOS EN SU DISEÑO.

LEYES DE VENTANAS

- 1. VENTANAS: SERÁN DE ALUMINIO, DEBEN SER RESISTENTES Y DEBEN SER DEBILITADOS EN SU DISEÑO.
- 2. VENTANAS: SERÁN DE MADERA, DEBEN SER RESISTENTES Y DEBEN SER DEBILITADOS EN SU DISEÑO.
- 3. VENTANAS: SERÁN DE PLÁSTICO, DEBEN SER RESISTENTES Y DEBEN SER DEBILITADOS EN SU DISEÑO.

LEYES DE PUERTAS

- 1. PUERTAS: SERÁN DE MADERA, DEBEN SER RESISTENTES Y DEBEN SER DEBILITADOS EN SU DISEÑO.
- 2. PUERTAS: SERÁN DE PLÁSTICO, DEBEN SER RESISTENTES Y DEBEN SER DEBILITADOS EN SU DISEÑO.
- 3. PUERTAS: SERÁN DE ALUMINIO, DEBEN SER RESISTENTES Y DEBEN SER DEBILITADOS EN SU DISEÑO.

LEYES DE SUELOS

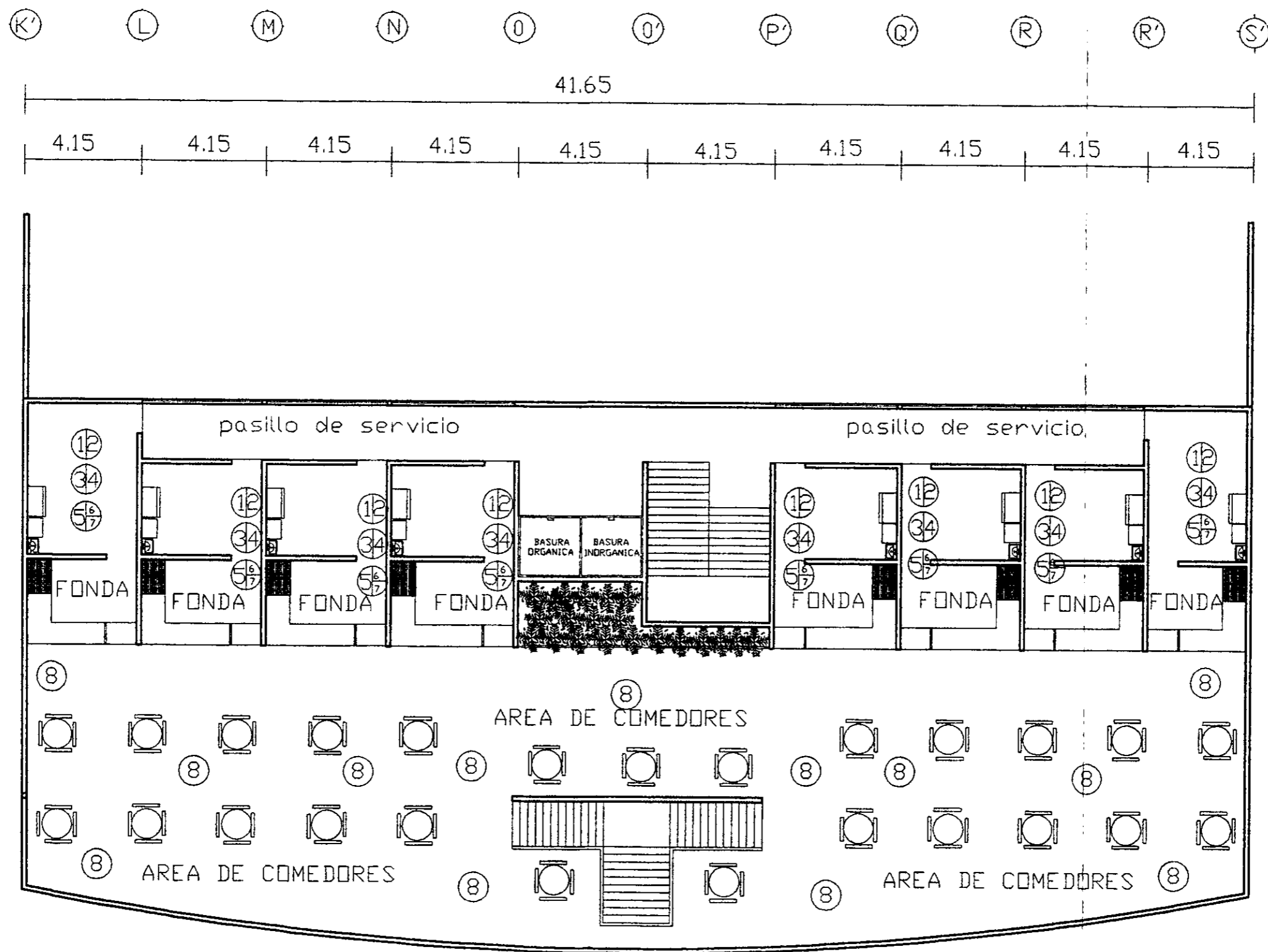
- 1. SUELOS: SERÁN DE CERÁMICA, DEBEN SER RESISTENTES Y DEBEN SER DEBILITADOS EN SU DISEÑO.
- 2. SUELOS: SERÁN DE MADERA, DEBEN SER RESISTENTES Y DEBEN SER DEBILITADOS EN SU DISEÑO.
- 3. SUELOS: SERÁN DE PLÁSTICO, DEBEN SER RESISTENTES Y DEBEN SER DEBILITADOS EN SU DISEÑO.

PROYECTO REALIZADO EN LA ZONA PORTUARIA DEL PUERTO DE VERAGUAS

PLAN ACABADOS PLANTA BAJA

ARQUITECTA CAROLINA ACCESIA

15



ACABADOS

1. CONTARA CON UN PISO A BASE DE FIRME DE CONCRETO Y UN ACABADO EN APLANADO RAYADO
2. SUS MURD SON DE TABIQUE COCIDO Y TENDRAN UN ACABADO EN APLANADO FINO DE RECUBIERTO DE PINTURA VINILICA COLOR CORAL MARCA COMEX
3. SUS PLANCHAS SON DE CONCRETO Y ESTAN RECUBIERTAS DE AZULEJO EN CUADROS DE 11X11 EN COLOR BLANCO
4. CONTARAN CON UNA TARJA DE PELTRE DE 40X40 CON SU CESPOL
5. LAS COCINAS ESTARAN EQUIPADAS CON UN INTERRUPTOR, ASI COMO TAMBIEN CON DOS CONTACTOS Y UN APAGADOR SENCILLO
6. SUS LOSAS SERAN DE CONCRETO ARMADO $f'c=200$ KG/CM² Y TENDRAN UN ACABADO CON APLANADO FINO Y DE ESPESOR 1.5CM
7. CADA FONDA CONTARA CON UNA CORTINA METALICA RECUBIERTA CON PINTURA ANTICORROSIVA
8. EL INMUEBLE CONSTA DE SILLAS Y MESAS DE PLASTICO COLOR BLANCO



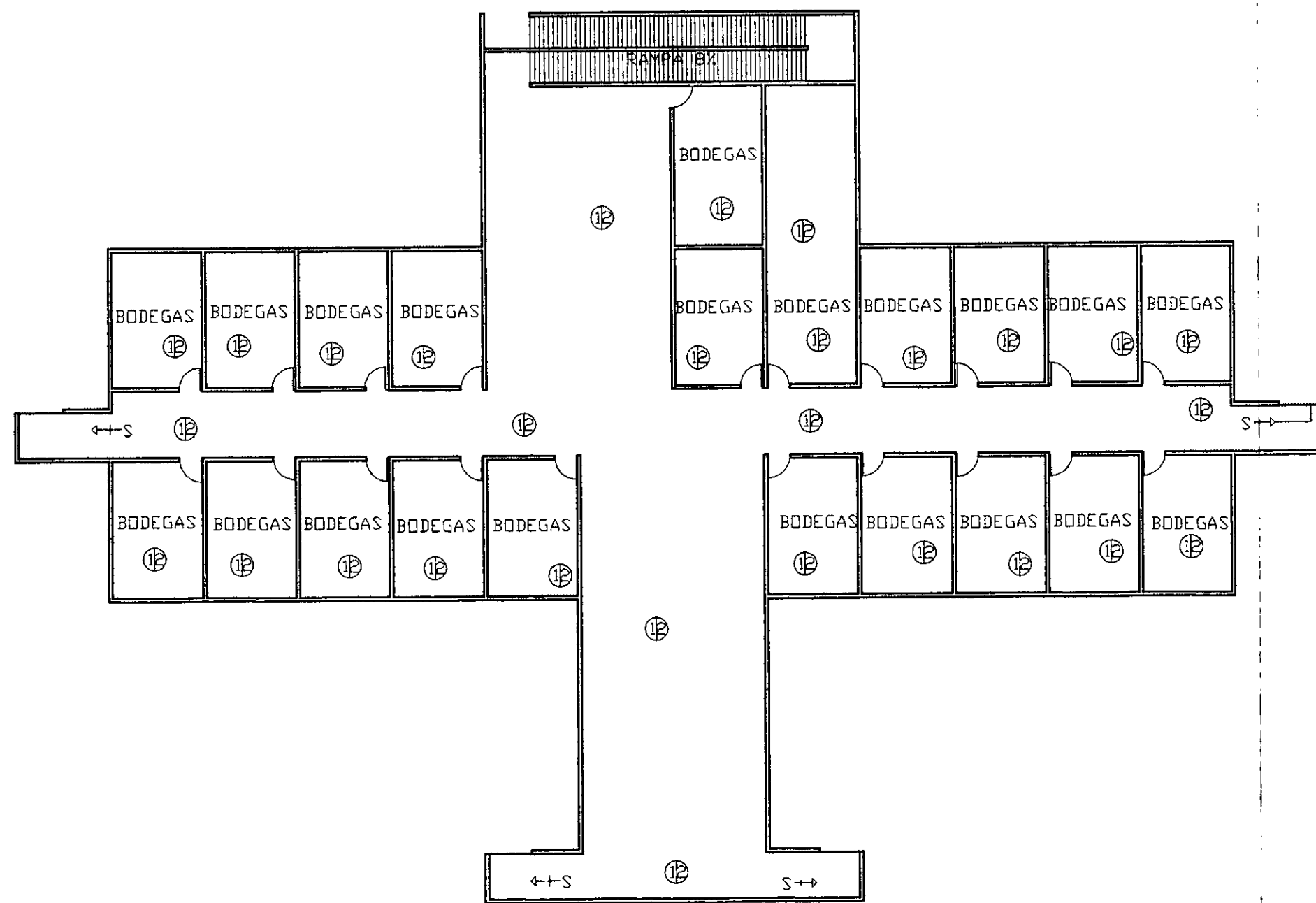
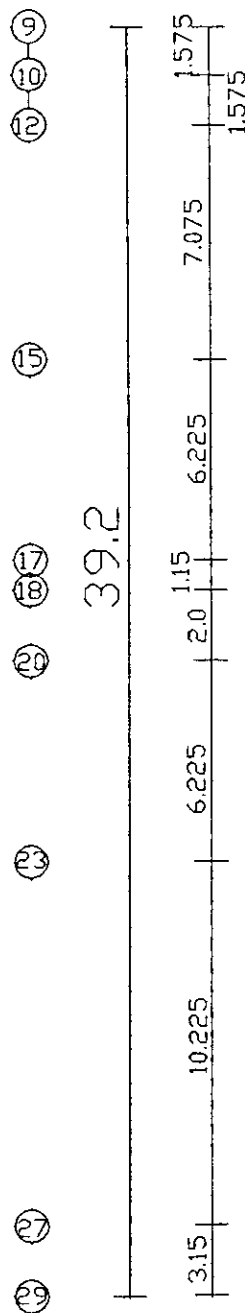
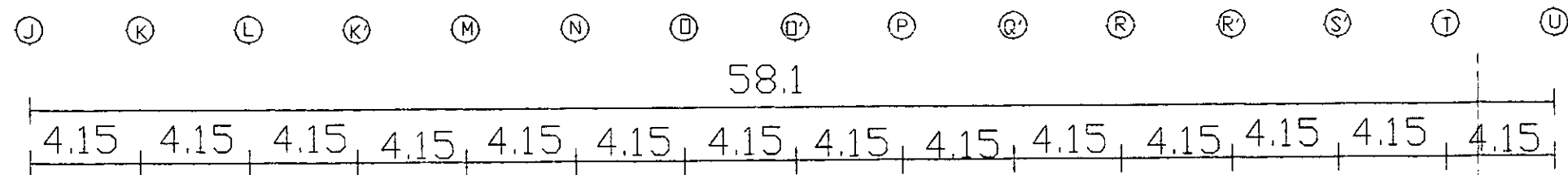

PROYECTO: "MERCADO EN LA ZONA PONIENTE DE VERACRUZ"

PLANO: ACABADOS PLANTA ALTA

REVISOR DE TESIS: ARQ. CAROLINA ACOSTA

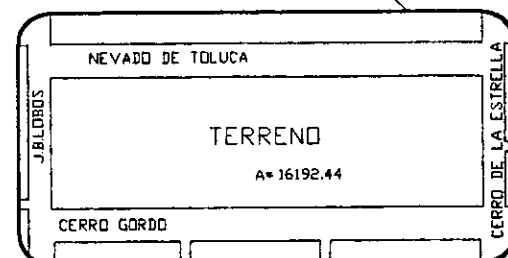
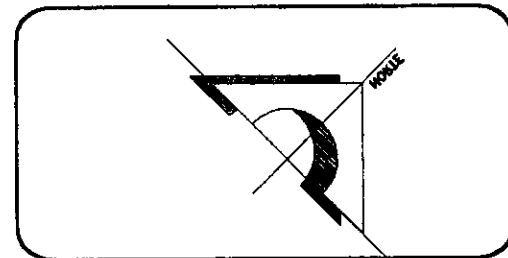
TESISTA: BERTHA A. BRANDT MTZ.

PLANO N°: 16



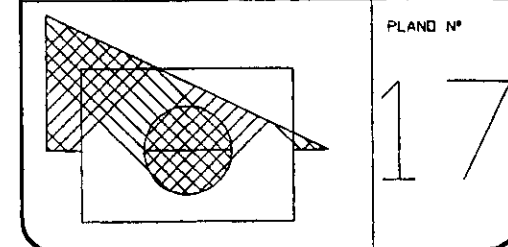
LOS ACABADOS SON LOS SIG:

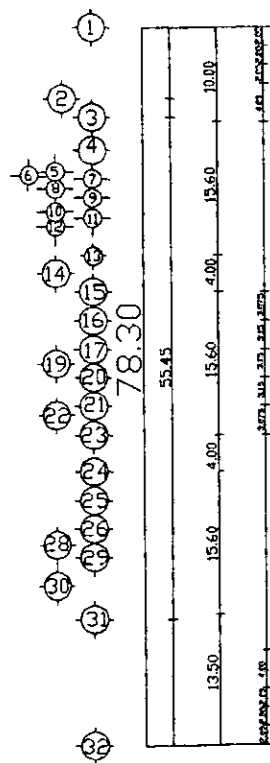
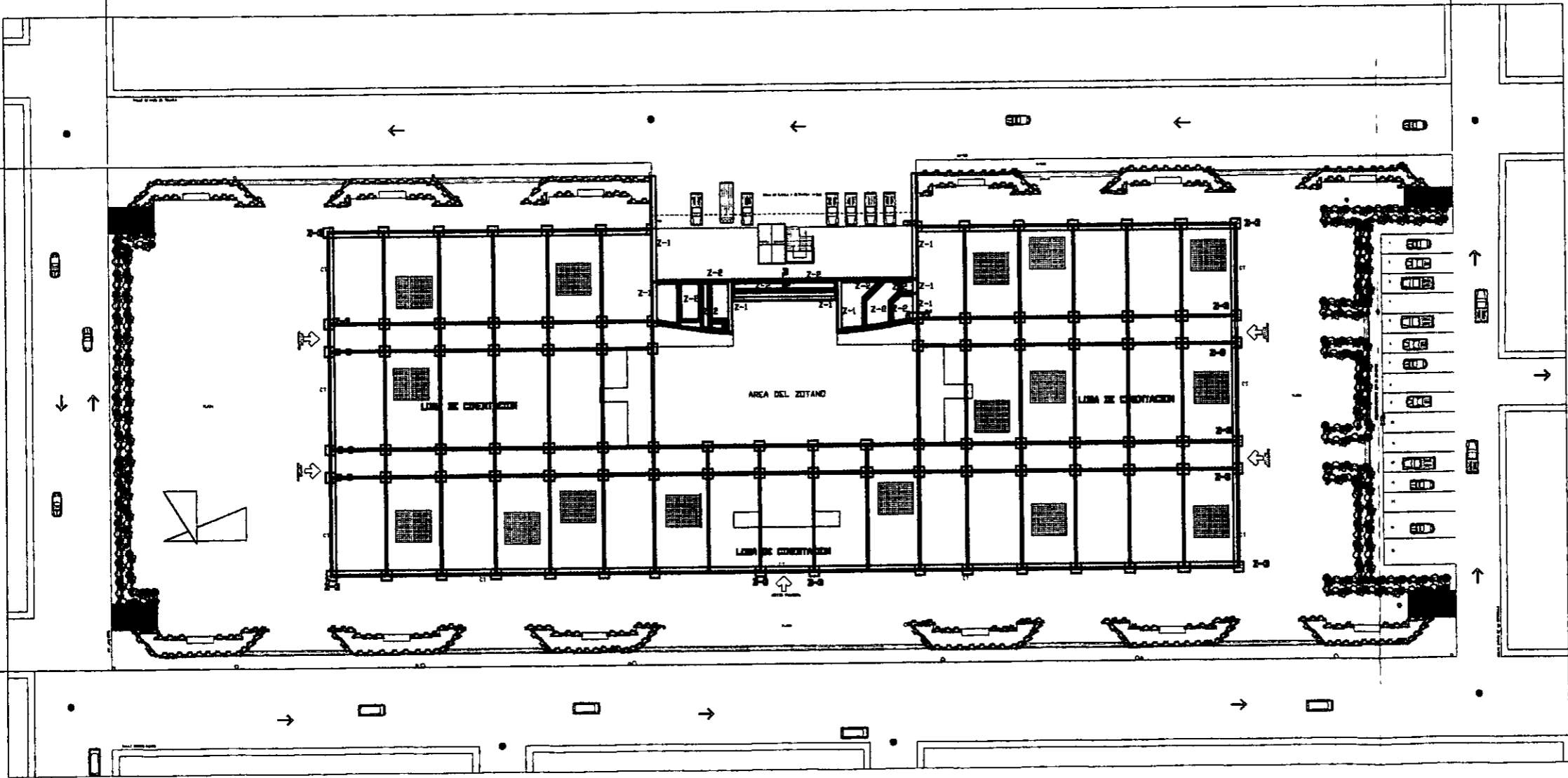
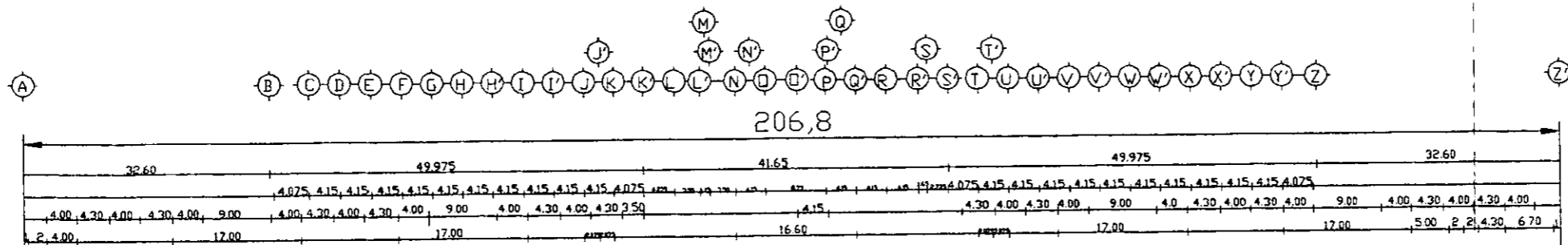
- 1 CONTARA CON UN PISO A BASE DE CONCRETO Y UN ACABADO EN APLANADO PULIDO RAYADO.
- 2 SUS MURDS SERAN DE TABIQUE COCIDO Y TENDRAN UN ACABADO EN APLANADO FINO RECUBIERTO CON PINTURA VINILICA EN COLOR BLANCO MARCA COMEX.



PROYECTO:
"MERCADO EN LA ZONA DEL PUERTO DE VERACRUZ"
PLANO:
ACABADOS AREA DEL ZOTAND

REVISOR DE TESIS ARQUITECTA CAROLINA ACOSTA	ESCALA: 1:200
TESISTA: BERTHA A. DEL PILAR BRANDT MTZ.	ACOTACION: METROS





LA CIMENTACION ESTARA ARMADA EN LOS SIGUIENTES TIPOS:

LA CIMENTACION DEL CEMENTO ARMADO EN MUROS DE CARGA LA TIRA TIENE: 20cm de espesor en la base y un espesor de 10cm en el resto de su altura. El cimiento se ejecutara en concreto tipo 1 y se recubrira con una capa de mortero tipo 1. El cimiento de la columna se ejecutara con concreto tipo 1 y se recubrira con una capa de mortero tipo 1.

LA LOMA DE CIMENTACION DEL CEMENTO ARMADO EN MUROS DE CARGA LA TIRA TIENE: 20cm de espesor en la base y un espesor de 10cm en el resto de su altura. El cimiento se ejecutara en concreto tipo 1 y se recubrira con una capa de mortero tipo 1. El cimiento de la columna se ejecutara con concreto tipo 1 y se recubrira con una capa de mortero tipo 1.

TODAS LAS ESTRUCTURAS DE MUROS PERIMETRICOS CON HERRAMIENTA MEXICO A SON CON PROFUNDIDAD DE 60cm MENOS.

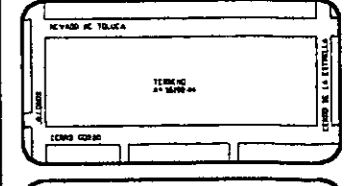
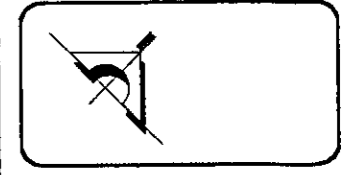
LA COLUMNAS TIENE UNA RED DE BARRAS ARMADAS CON 4-16mm Y ENTRENADA EN 10cm TODA SU ALTURA EN PERIMETRO.

LOS CRISTALLOS SERAN DE VIDRIO.

LOS FRONTEROS DE LOS PISOS TERMINAN UN ESPESOR DE 10cm Y SEAN DE CONCRETO TIPO 1.

SIMBOLOGIA

PLANTA CIMENTACION	C-1
PLANTA LOMA DE CIMENTACION	C-2
PLANTA LOMA DE CIMENTACION	C-3
PLANTA LOMA DE CIMENTACION	C-4
PLANTA LOMA DE CIMENTACION	C-5



PROYECTO: "MERCADO EN LA ZONA PONENTE DEL PUERTO DE VERACRUZ"

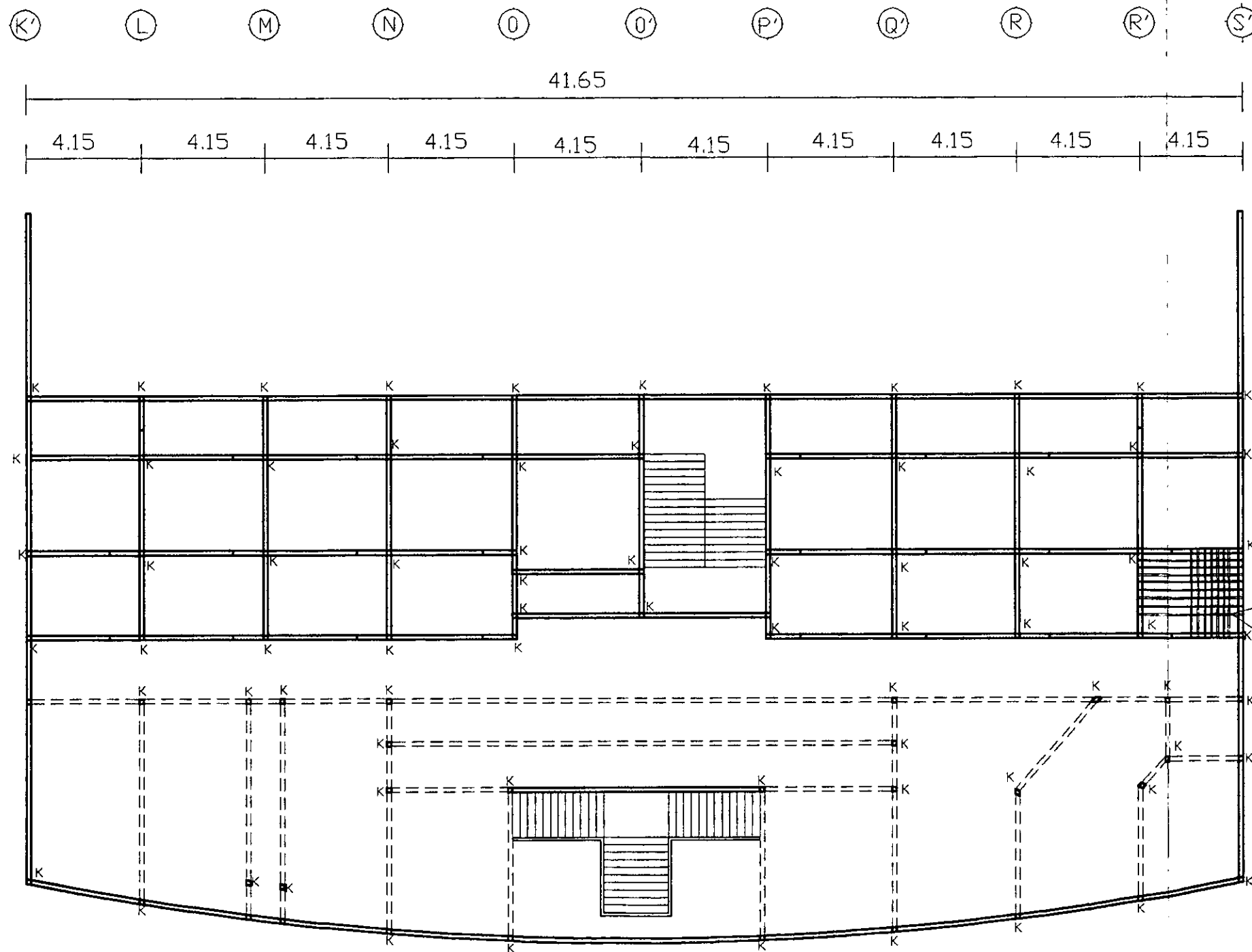
PLANO: CIMENTACION

DISEÑADOR DE TIPO: ARQUITECTA CAROLINA ACOSTA

PROYECTISTA: HERRERA A DEL PILAR BRANCO HIZ

ESCALA: 1/50

PLANO N°: 18



1
LOS CASTILLOS TENDRAN UNA SECC DE 15X15 Y LAS CADENAS DE 15X20 ARMADAS CON 4V3/8" Y ESTRIBOS DE 1/4" @ 20cms Y CONCRETO f'c=200 KG/CM2

2
LA LOSA TENDRA UN ESPESOR DE 10cms Y ESTAN ARMADAS CON VARILLAS DE 3/8" @ 15cms EN AMBOS SENTIDOS Y UN CONCRETO DE f'c=200

SIMBOLOGIA

CASTILLO K
MURD ALTO
MURD BAJO

DETALLES

CASTILLO 15x15 K
E1/4" @ 20
AV3/8"

ACERO DE REFUERZO

V3/8" @ 15cm
DE 3/8" @ 30cm.

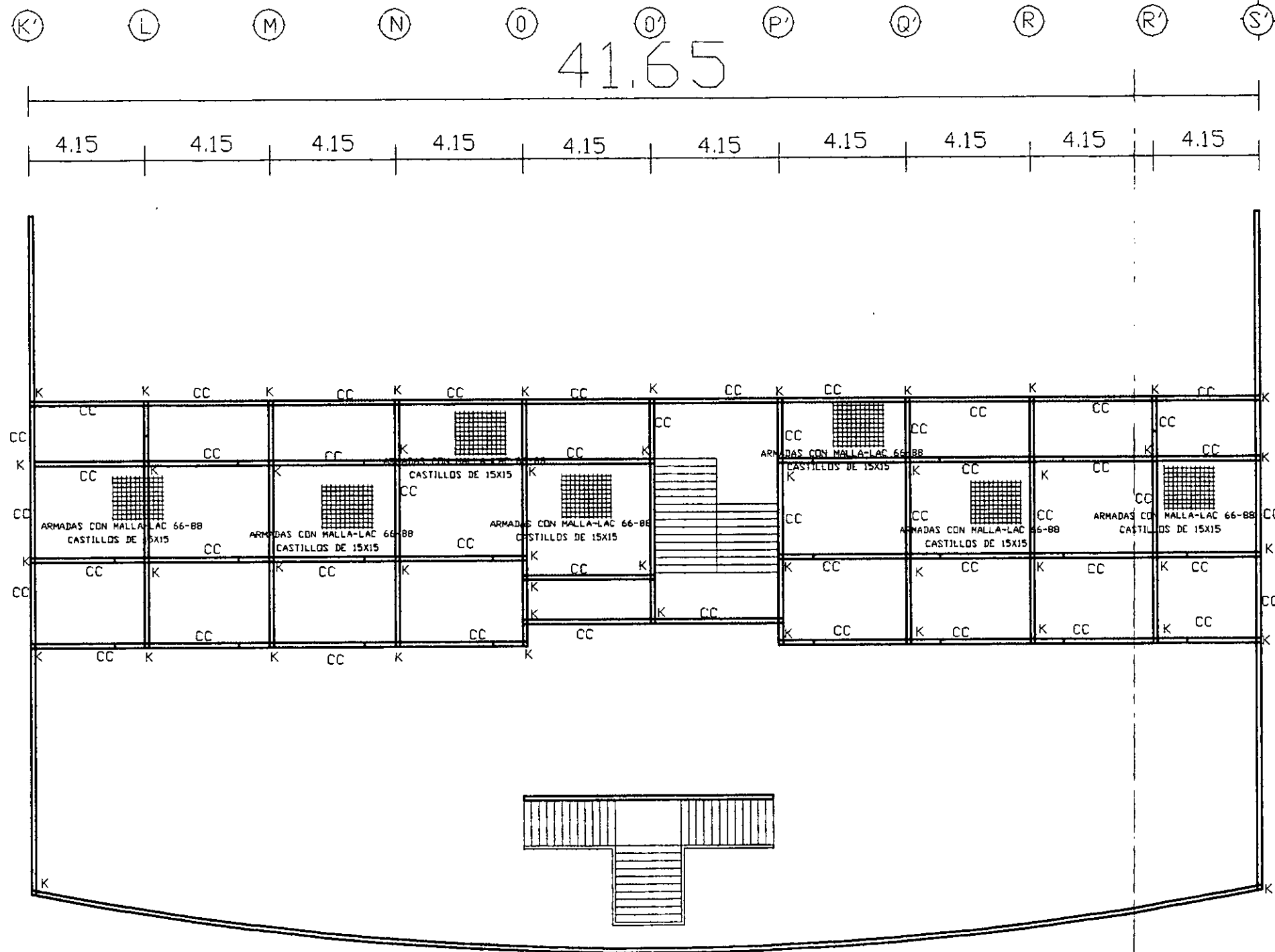
PROYECTO
"MERCADO EN LA ZONA PONIENTE DEL PUERTO DE VERACRUZ"

PLANO
LOSA DE ENTREPISO

REVISORA DE TESIS ESCALA 1:200
ARQUICAROLINA ACOSTA

TECISTAS: BERTHA A. BRANDT HIZ APTACION: HE 1802
PLANO IV

19



41.65

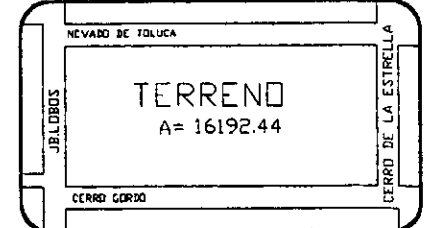
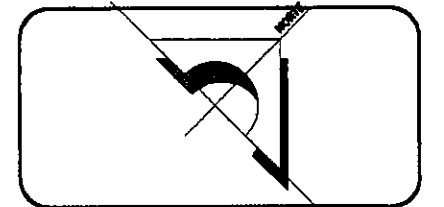
1
LOS CASTILLOS TENDRAN UNA SECC DE 15X15 Y LAS CADENAS DE 15X20 ARMADAS CON 4V3/8" Y ESTRIBOS DE 1/4"@20cms Y CONCRETO f'c=200 KG/CM2

2
LA LOSA TENDRA UN ESPESOR DE 10cms Y ESTAN ARMADAS CON MALLA-LAC DE 66-88 Y SOLD CUBRE EL AREA DE LOCALES DE FONDAS(ND CUBRE LAS MESAS

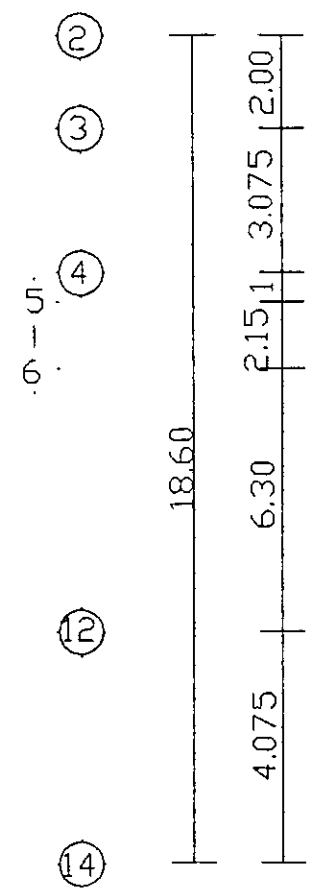
SIMBOLOGIA
 CASTILLO K
 CADENA DE CERRAMIENTO CC
 MALLA-LAC

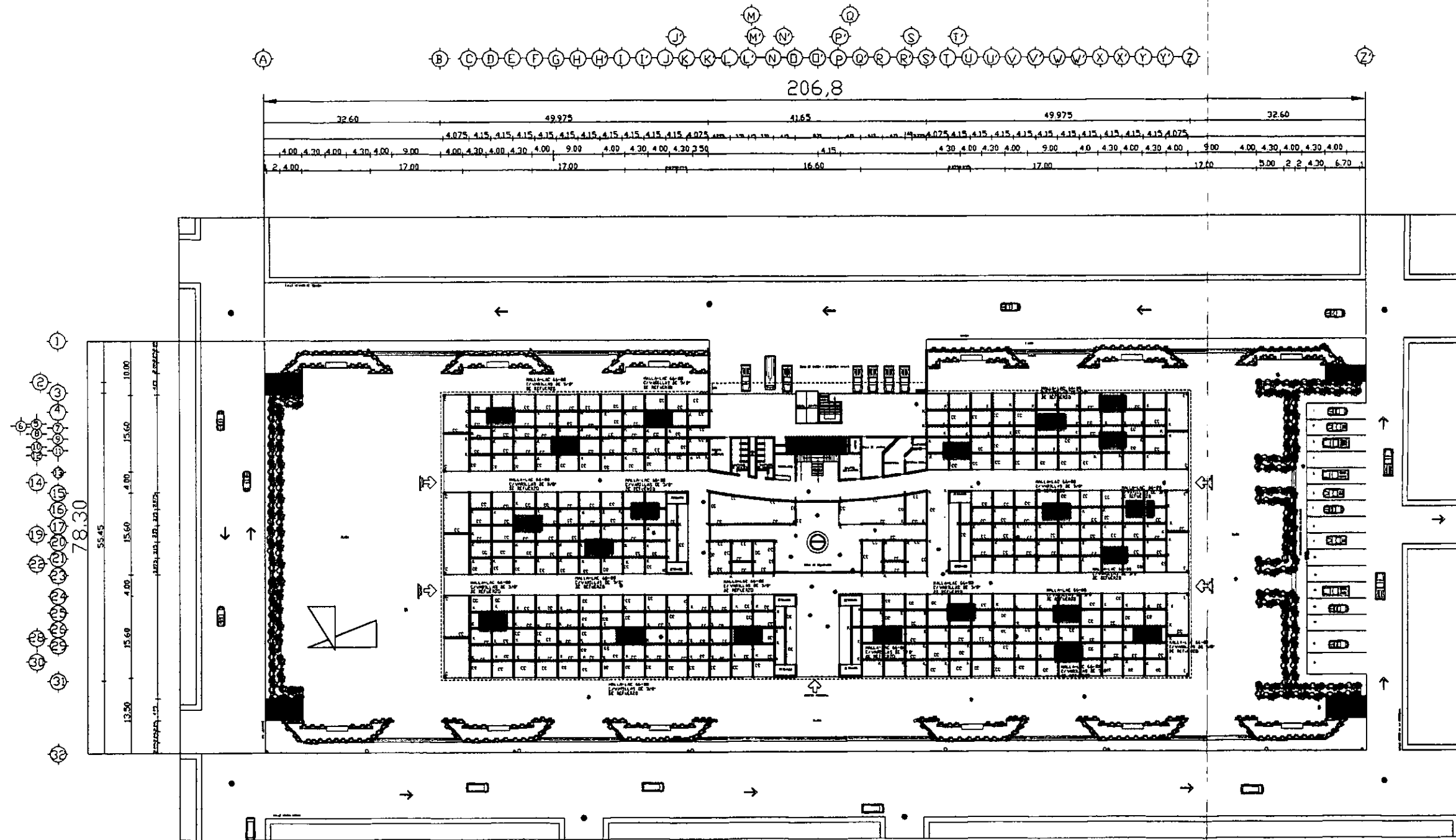
DETALLES
 CASTILLO 15X15
 E1/4"@20
 AV3/8"

CADENA DE CERRAMIENTO 15X20
 E1/4"@20



PROYECTO:
 "MERCADO EN LA ZONA PONIENTE DE VERACRUZ"
 PLANO:
 LOSA DE LAS FONDAS
 REVISOR DE YESIS AROZAMOLINA ACOSTA
 TESTISTA: BERTHA A. BRANDT NIZ
 ESCALA: 1/200 ACOTACION METROS
 PLANO N° 20





LEZ 1234...
 LEZ 5678...
 LEZ 91011...
 LEZ 121314...

CANTONALES
 PASADIZOS DE SERVICIOS
 COLUMNAS
 PARRILLAS DE CARBÓN

CANTONALES
 PASADIZOS DE SERVICIOS
 COLUMNAS
 PARRILLAS DE CARBÓN

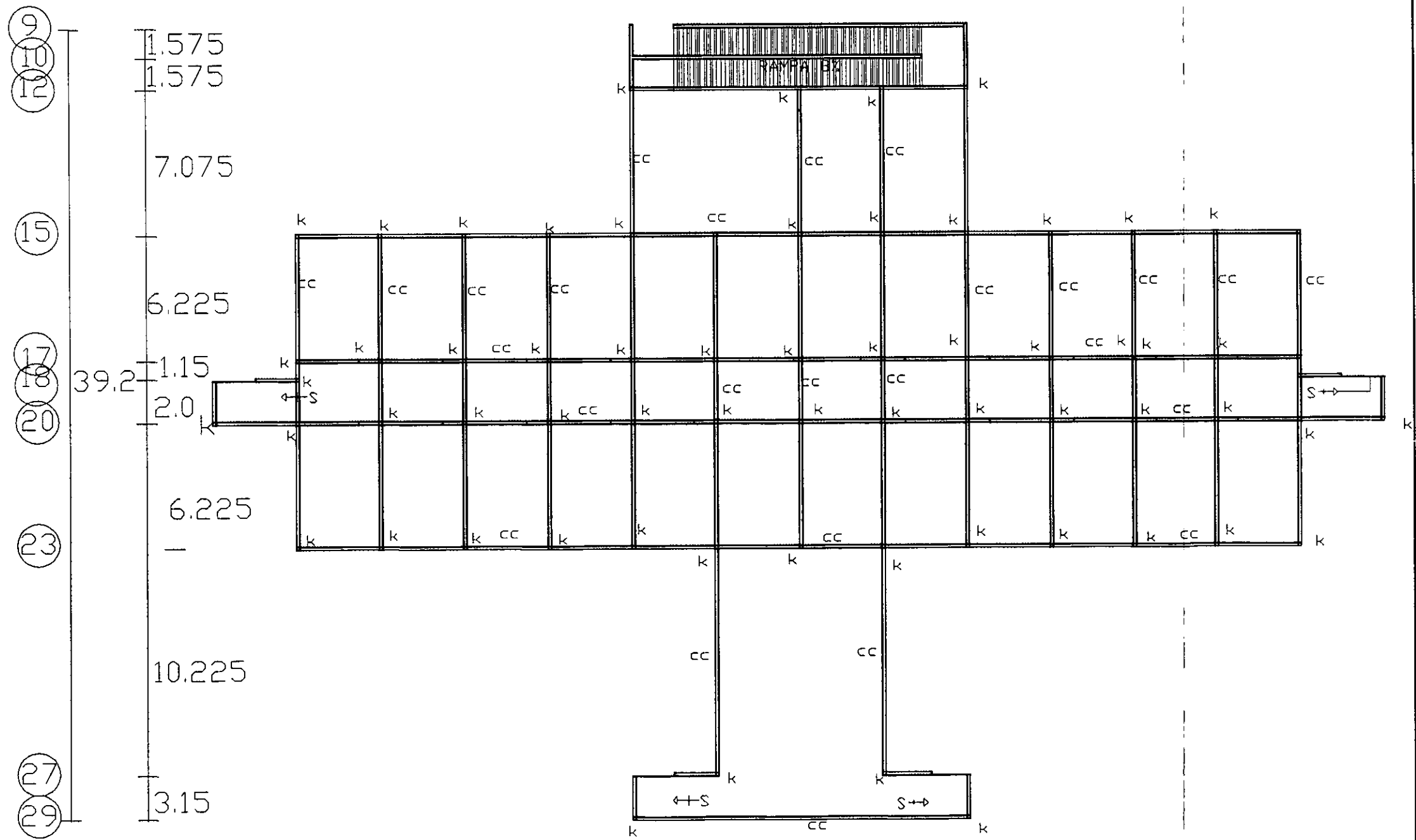
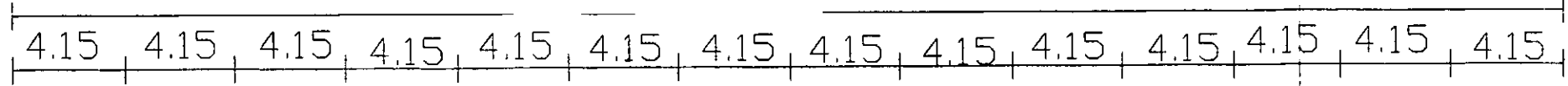
DIRECCION DE TRABAJO
 SERVICIO DE TRABAJO
 SERVICIO DE TRABAJO

PROYECTO
 "MERCADO EN LA ZONA PUENTE
 PUENTE DEL PUERTO DE VERACRUZ"
 PLANO
 LOSAS "TIPO" DE LOCALES PLANTA BAJA
 AUTORA INGENIERA
 ARQUITECTA CAROLINA ACOSTA
 REVISOR
 JENYFER A. DEL PALAR ERANDI M.T.

21

J K L K' M N O Q' O' R P R' U S' T

58.1



General Notes

LA LOSA DE ENTREPISO DE LA ZONA DE SOUVENIRS Y ZOTAND TIENE UN ESPESOR DE 10CM Y ESTA ARMADA CON VARILLAS DE 3/8" @15CMS EN AMBOS SENTIDOS Y CON UN CONCRETO f'c=200kg/cm²

LOS CASTILLOS TIENEN UNA SECC. DE 15X15 Y ARMADOS CON 4V 3/8" Y ESTRIBOS 1/4" @20CM Y UN CONCRETO DE f'c=200kg/cm²

LA CADENA DE CERRAMIENTO TIENE UNA SECC. DE 15X20 Y UN ARMADO DE 4V 3/8" CON ESTRIBOS DE 1/4" @20CM Y CON UN CONCRETO DE f'c=200kg/cm²

LA CIMENTACION DEL ZOTAND ES A BASE DE UNA LOSA DE CIMENTACION Y ESTA ARMADA A BASE DE MALLA ELECTROSOLDADA DEL TIPO DE MALLA-LAC DE 20X20CMS ESTA LOSA SE LEVANTARA SOBRE UNA PLANILLA DE GRAVA CON UN MAXIMO DE 3/4" HUMEDECIDA Y COMPACTADA EN UNA CAPA DE 5CM DE ESPESOR EL CONCRETO A UTILIZAR TENDRA UN f'c=200KG/CM².

SIMBOLOGIA

CASTILLOS K

CADENA DE CERRAMIENTO CC

DETALLES

CASTILLOS K 15

CADENA DE CERRAMIENTO CC 15

REVADO DE TELUCA

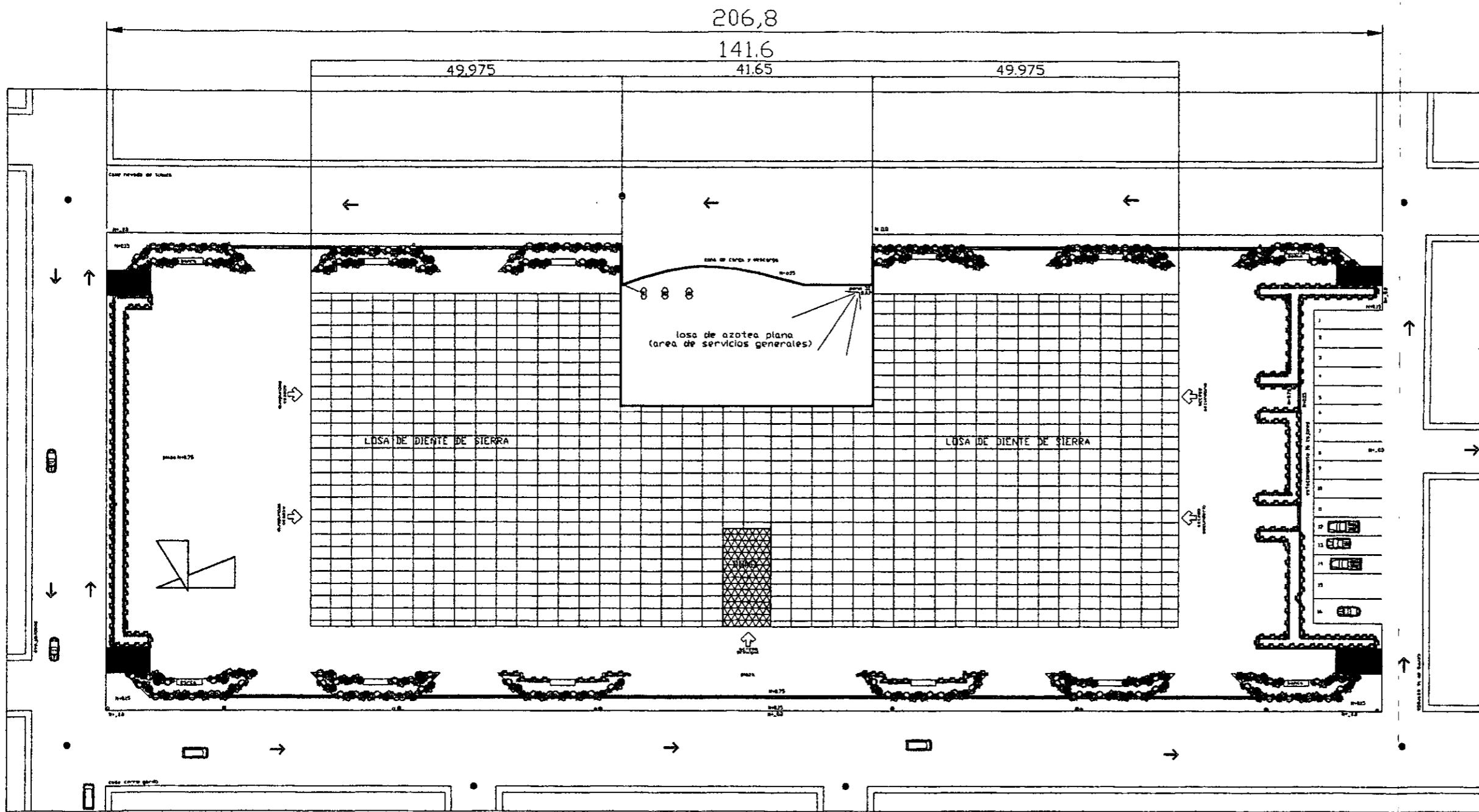
TERRENO

CERRIO GORDO

PROYECTO: ... PLANO: ...

PLANO: ...

22

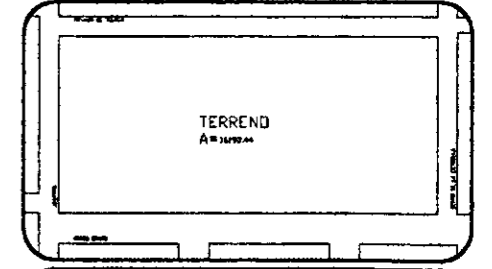
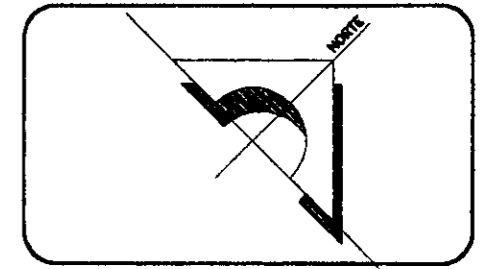


LA LOSA DE AZOTEA DEL AREA DE SERVICIOS ES PLANA CON UNA PENDIENTE DEL 3% Y TIENE UN ESPESOR DE 10 CMS. ESTA ARMADA CON MALLA-LAC DE 6X6X1/4 Y REFORZADA CON VARILLAS DE 3/8" Y CON UN CONCRETO DE F'c=200KG/CM2

LA LOSA DEL MERCADO ES DE DIENTE DE SIERRA SE COLOCARA UNA PIEZA DE DOMO RECTANGULAR DE BX 15.60

LA INSTALACION DE GAS ES DE COBRE TIPO L CUENTA CON UN TANQUE ESTACIONARIO DE 1000LTS DE CAPACIDAD CON SUS RESPECTIVOS MEDIDORES

LA INSTALACION HIDRAULICA CUENTA CON 4 TINACOS PARA EL AREA DE SERVICIOS Y TIENEN UNA CAPACIDAD DE 1200LTS CADA UNO



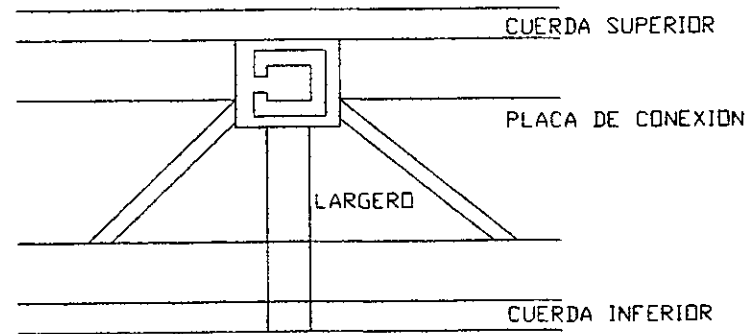
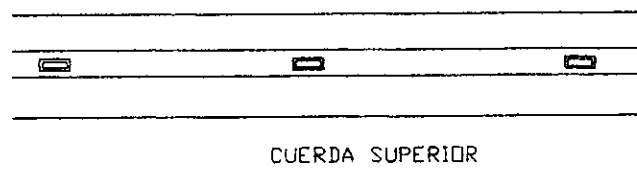
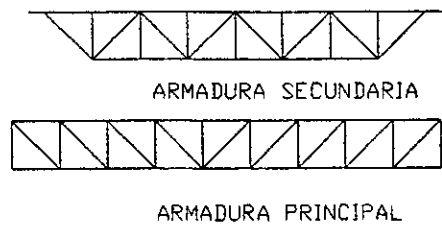
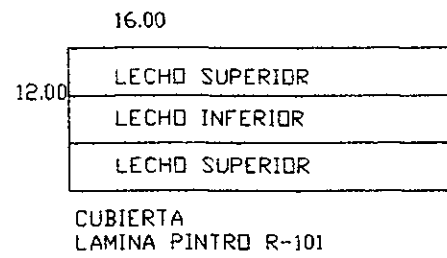
PROYECTO: MERCADO EN LA ZONA PONIENTE DEL PUERTO DE VERACRUZ

PLANO: LOSAS DE AZOTEA ESCALA: 1:200

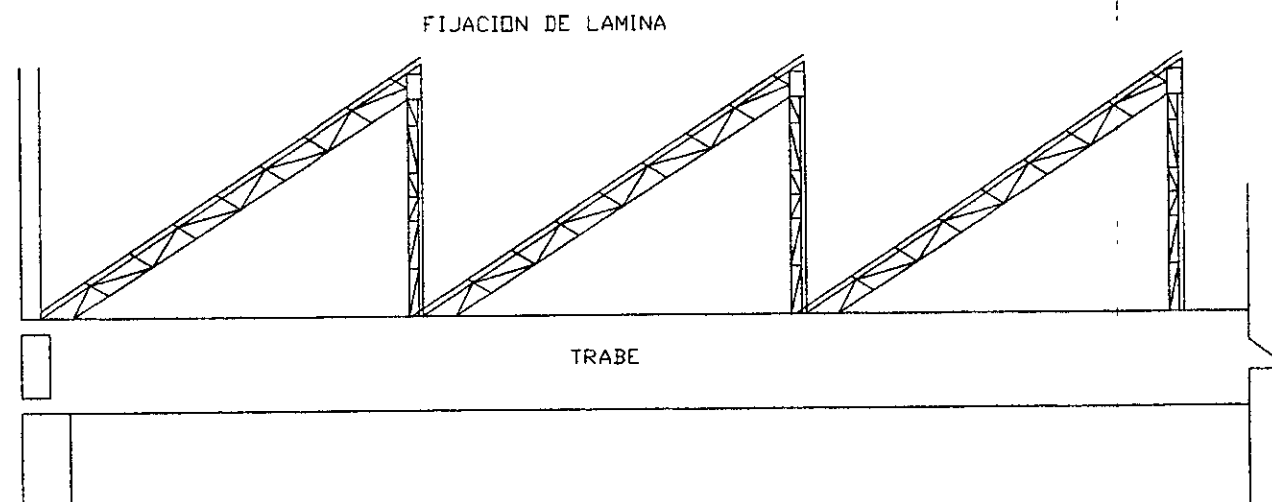
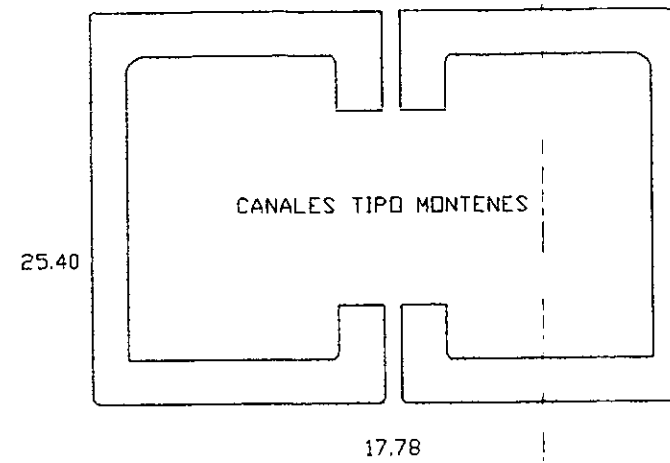
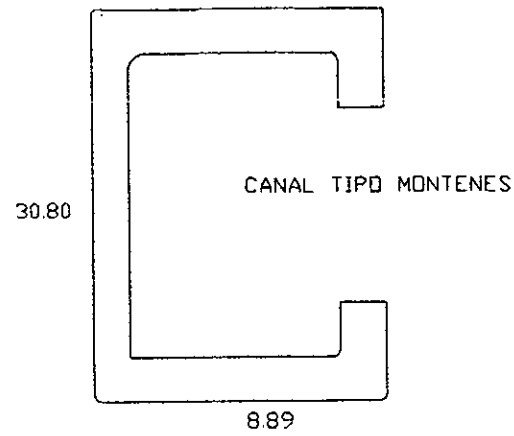
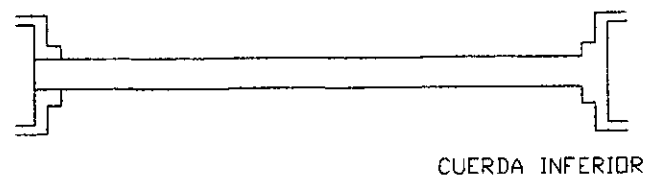
REVISOR DE TIPO: ARQUITECTA CAROLINA ACOSTA ACOTACIONES: METROS

TESTA: BERTHA A. DEL PILAR BRANDT MTZ PLANO Nº

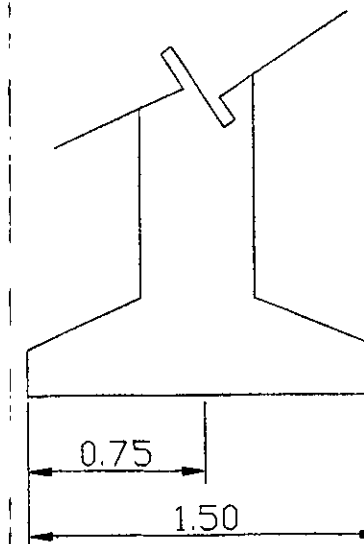
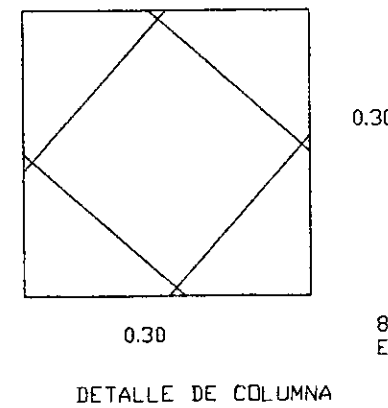
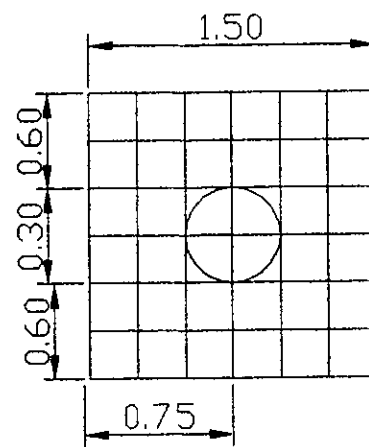
23



DETALLE DE CONEXION DE LARGEROS CON ARMADURA SECUNDARIA



DETALLES DE AZOTEA DEL MERCADO



REVISION DE TOLERANCIA
REVISION DE COSTOS
PROYECTO: MERCADO EN LA ZONA PONDENTE DEL PUERTO DE VERACRUZ
PLANO: DETALLES ESTRUCTURALES
ARQUITECTA: CAROLINA ACOSTA
INGENIERO: DEL PILAR BRANDT HTZ
Escala: 1/20
Asociacion: A.C. 1981
PLANO Nº: 24

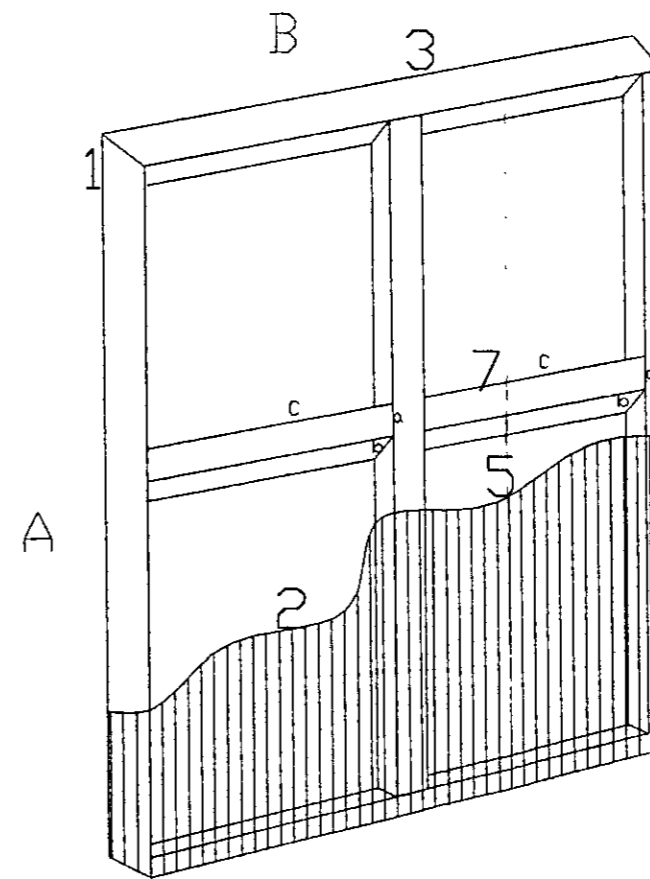
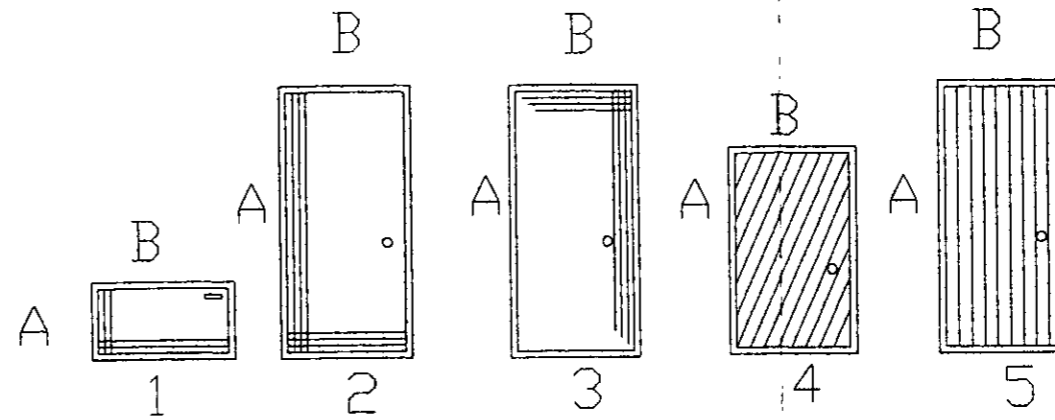
MODELOS DE PUERTAS EN EL MERCADO

TABLA DE PUERTAS DE MADERA

CLAVE	CANT.	A	a	B	b	C
1	148	0.50	0.10	1.00	0.20	0.40
2	341	2.10	0.42	0.90	0.45	1.00
3	10	2.10	0.42	1.00	0.50	1.00
4	8.0	1.50	0.42	0.60	0.30	0.60
5	4.0	2.10	0.42	0.90	0.45	0.90

ESPECIFICACIONES

1	BASTIDOR DE MADERA DE PINO DE 1 1/2" X 2"
2	TAMBOR FORMADO POR BASTIDOR DE MADERA DE PINO DE 3/4" X 3/4" Y TRIPLAY DE PINO DE 6MM UNA CARA EN AMBOS LADOS
3	MADERA DE PINO DE 25MM
4	MENSULAS DE 40CMS METALICOS
5	TRIPLAY DE PINO DE 6MM
6	BASTIDOR DE MADERA DE PINO DE 1/2" X 1/2"
7	SEPARADOR DE PINO DE 1 1/2" X 2"
8	CERRADURAS
9	JALADERAS DE METAL CROMADO
10	CARRETIILLAS DE NYLON
11	RIEL DE PISO METALICO
12	SOLERA DE FIERRO
13	PUERTA CORREDIZA DE ALUMINIO
14	PUERTA DE ALUMINIO



TERRENO
No. 16192-44

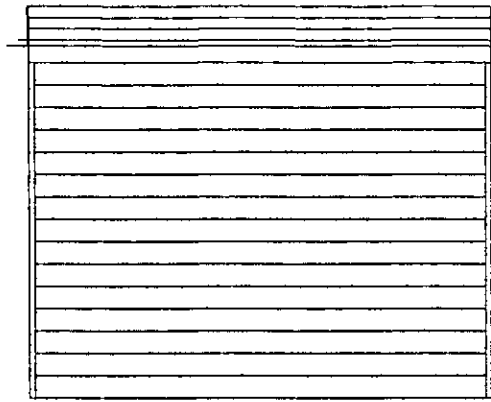
PROYECTO
"MERCADO EN LA ZONA
PONIENTE DE VERACRUZ"

PLANO
DETALLES DE PUERTAS

ASESOR DE TEXTO: ARQ. CAROLINA ACDSTA
ESCALA: 1:200

TESISTA: BERTHA A. BRANDT MTZ.
ACOTACION: METROS

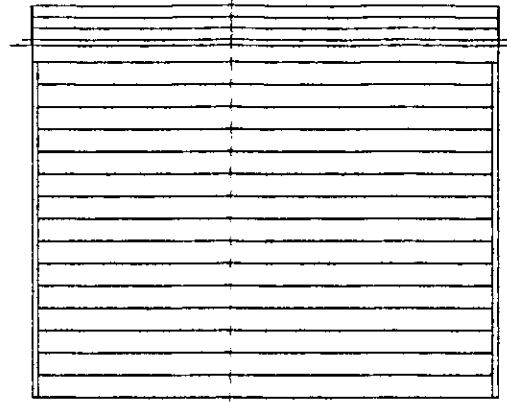
PLANO N°: 25



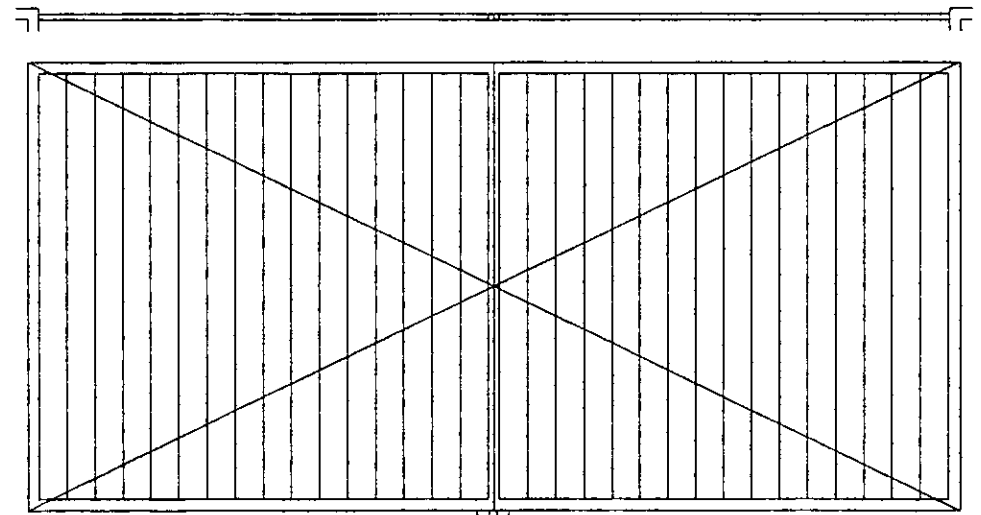
HE-1
8PZAS
LOCALES DE COMIDA



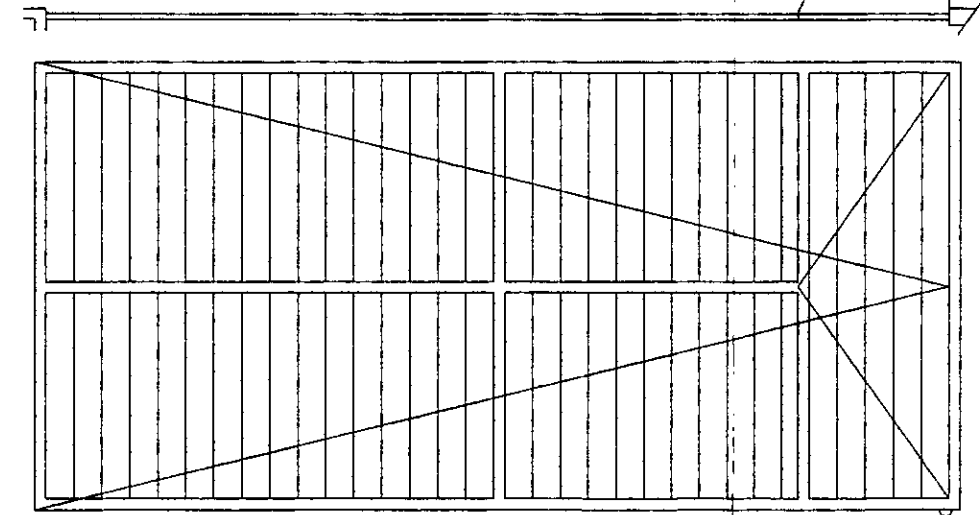
HE-2
6PZAS
LOCALES EXTERIORES LATERALES



HE-3
148PZAS.
LOCALES



HE-4
1PZA.
PUERTA PRINCIPAL



HE-5
1PZA.
PUERTA POSTERIOR

TERRENO
A=16192.44

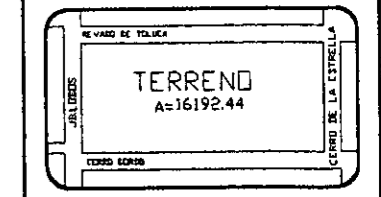
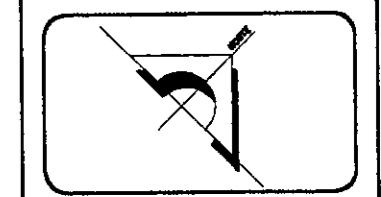
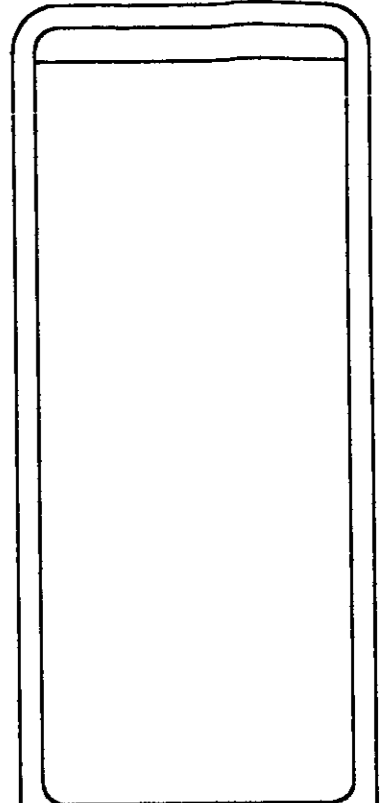
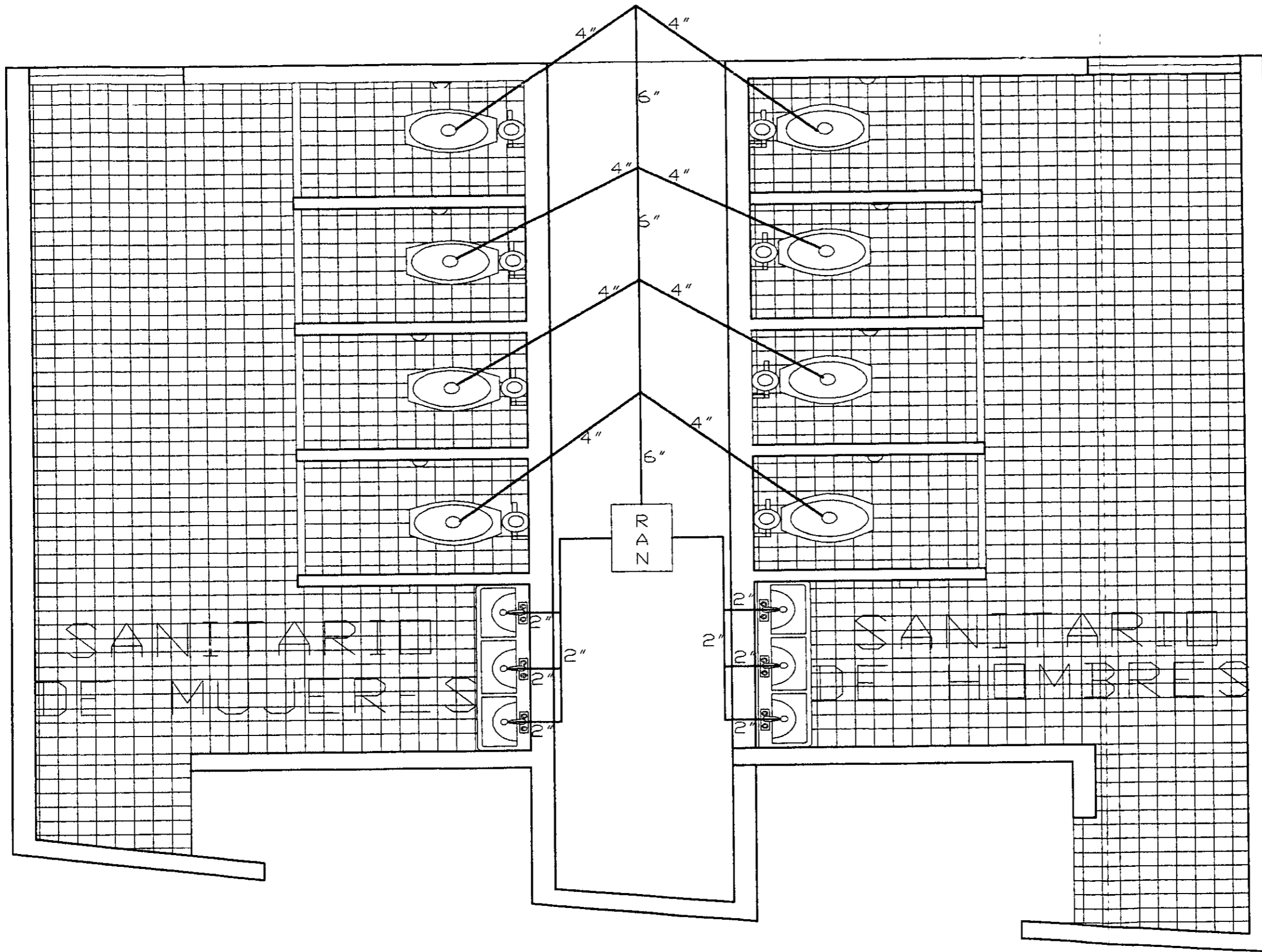
PROYECTO:
"MERCADO EN LA ZONA
PONIENTE DE VERACRUZ"

PLANO:
DETALLES DE HERRERIA

ASESOR DE TESIS:
ARQ. CAROLINA ACOSTA

TESISTA:
BERTHA A. BRANDT MTZ.

26

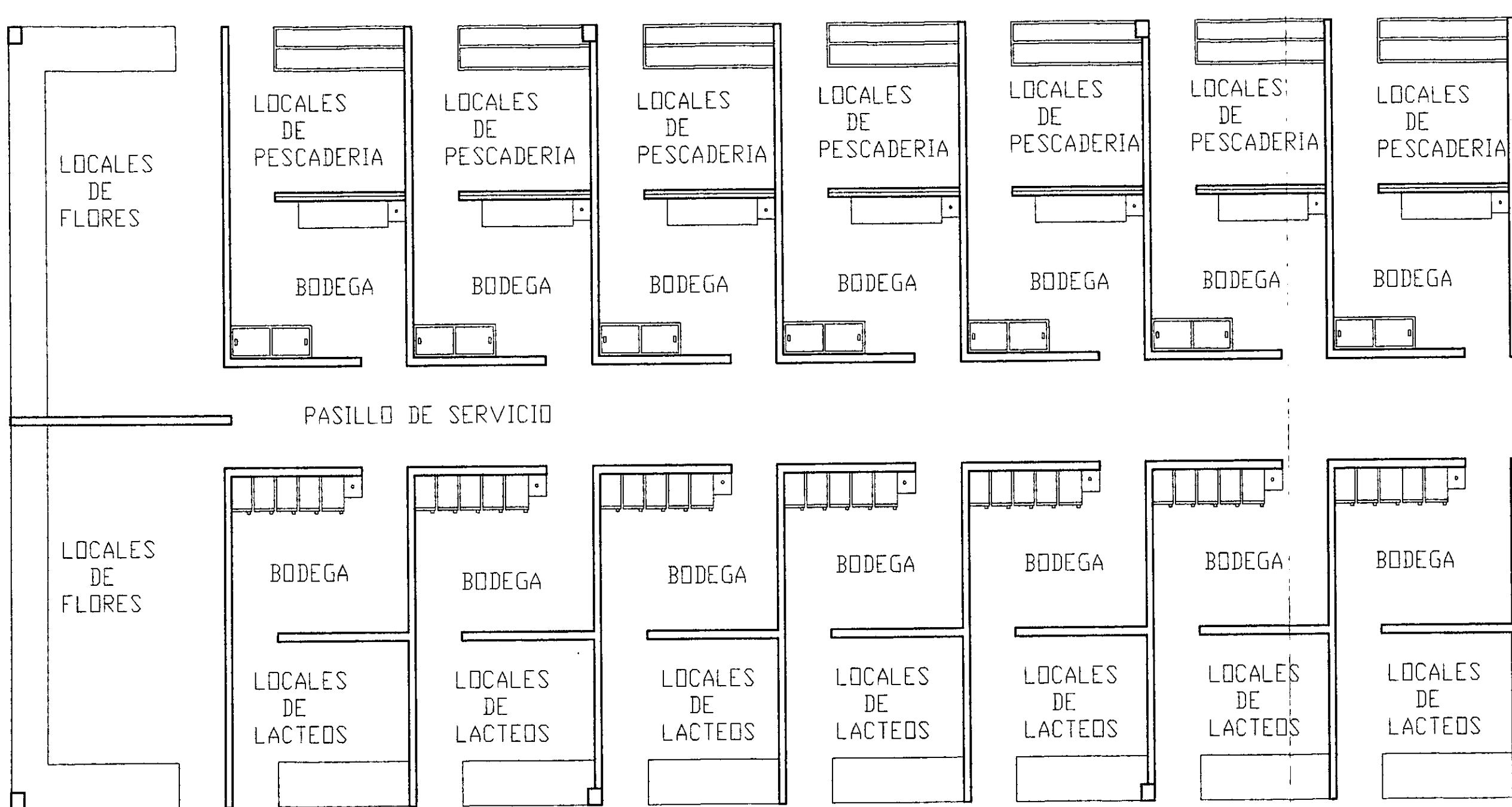


PROYECTO:
"MERCADO EN LA ZONA
PONIENTE DE VERACRUZ"

PLANO:
DETALLES SANITARIOS

ASESOR DE TESIS: ARQ. CAROLINA ACOSTA	ESCALA: 1:200
TESISTA: BERTHA A. BRANDT MTZ.	ACOTACION: METROS

PLANO Nº
27



SE VIANO DE TOLUCA

TERRENO
A=16192.44

PROYECTO
MERCADO EN LA ZONA PONIENTE DE VERACRUZ

PLANO
DETALLES DE LOCALES ZONA HUMEDA

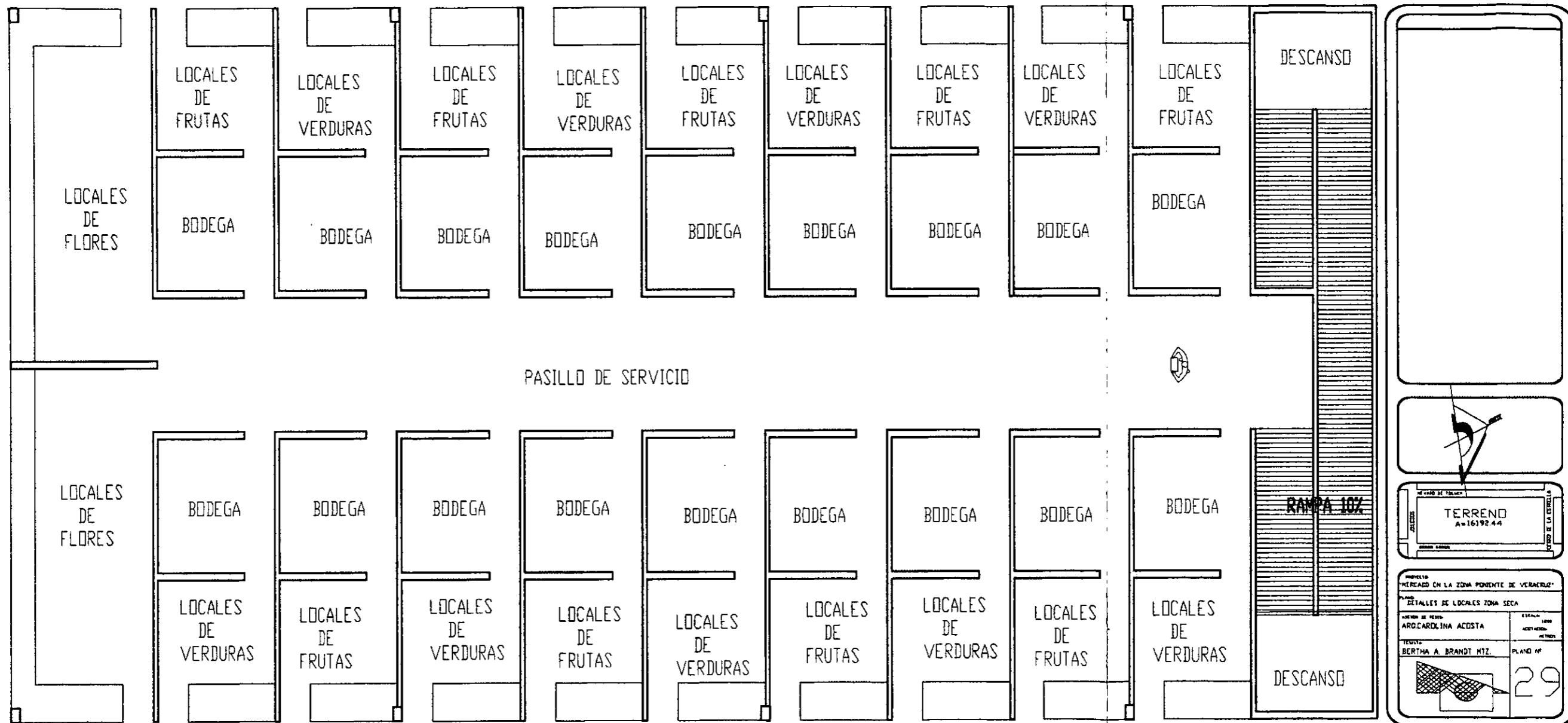
ARQUITECTO
AND CAROLINA ACOSTA

ESCALA
1:500

FECHA
MAYO A. BRANDT HTZ.

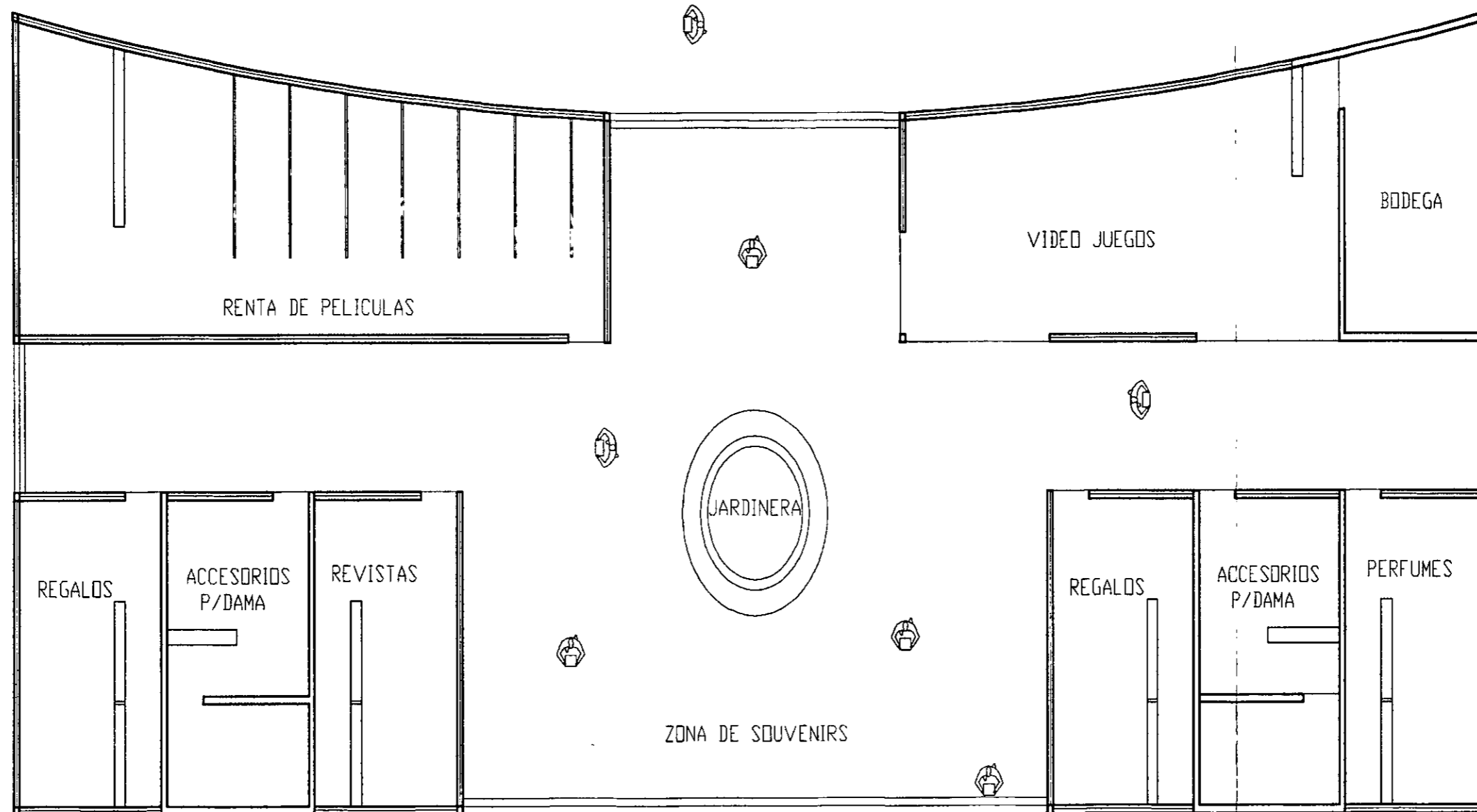
ACTUACION
MEXICO

PLANO N°
28



TERRENO
A=16192.44

PROYECTO
"MERCADO EN LA ZONA PONIENTE DE VERACRUZ"
DETALLES DE LOCALES ZONA SECA
AUTOR DE PROYECTO
AROCARDINA ACOSTA
TECNICO
BERTHA A. BRANDT HTZ.
PLANO N°
29



TERRENO
 A=16192 44
 PROYECTO
 "MERCADO EN LA ZONA PONIENTE
 PONIENTE DE VERACRUZ"
 PLAN
 DETALLES DE LA ZONA DE SOUVENIRS
 DISEÑO DE PLAN
 AROCAROLINA ACOSTA
 PERIODO DE ESTUDIO
 BERTHA A. BRANFT MTZ.
 30

BIBLIOGRAFÍA

EL HABITAT BIOCLIMATICO DE LA CONCEPCIÓN A LA CONSTRUCCIÓN.

AUTOR: ROGER CAMOUS/ DONALD WATSON

EDITORIAL: GUSTAVO GILI/ MEXICO S.A. DE C.V.
MÉXICO, D.F.

PRINCIPIOS DE DISEÑO URBANO AMBIENTAL

AUTOR: SCHJETNAN MARIO

EDITORIAL: CONCEPTO S.A.
MÉXICO, D.F.

TEORIA DE LA ARQUITECTURA AYER Y HOY

ENCICLOPEDIA DE ARQUITECTURA HABITACIONAL PLAZOLA

TOMO 7 5ª EDICIÓN

EDITORIAL: Limusa
MÉXICO, D.F.

EL SIGNIFICADO DE LOS COLORES

GEORGINA ORTIZ

1ª EDICIÓN

EDITORIAL: TRILLAS

ARTE DE PROYECTAR EN ARQUITECTURA NEUFERT

13ª EDICIÓN

EDITORIAL: GUSTAVO GILI, S.A.
BARCELONA, ESPAÑA

ARQUITECTURA: FORMA, ESPACIO Y ORDEN

AUTOR: F. CHING.

EDITORIAL: GUSTAVO GILI
MÉXICO, D.F.

ENCICLOPEDIA DE CD ENCARTA 99

INTERNET

ANUARIO ESTADÍSTICO PARA EL ESTADO DE VERACRUZ
INEGI
TOMO 1

**MANUAL DE INSTALACIONES HIDRÁULICAS, SANITARIAS
Y DE GAS**

AUTOR: ING. SERGIO ZEPEDA
EDITORIAL: Limusa
MÉXICO, D. F.

**MANUAL DE COSTRUCCIÓN DE SISTEMAS PARA
ABASTECIMIENTO DE AGUA POTABLE CON TUBERÍA DE
PVC.**

AUTOR: ANTONIO MIGUEL SAAD Y ING. GERARDO
AGUILAR SÁNCHEZ
3ª EDICIÓN
EDITORIAL: TALLERES DE WINKO IMPRESORES, S.A.
DE C.V.
MÉXICO, D.F.