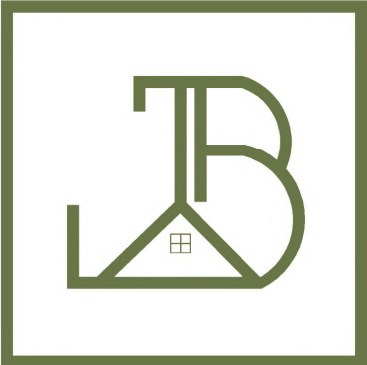




**RENOVACIÓN DE LA PLAZA DE MERCADO,
UN ESPACIO DE ENCUENTRO Y DESARROLLO
PARA SAN PABLO - NARIÑO**



ÍNDICE

Introducción

Pregunta
Objetivo general
Objetivos específicos
Marco teórico

Análisis urbano y diagnóstico de la Plaza de mercado

Localización y vías
Población e importancia
Contexto histórico
Modelo de administración
Mapa de veredas y productos
Paisaje
Sistemas estructurantes
Trabajo de campo
Problemáticas
Soluciones
Referentes de estudio

Propuesta de la Plaza de mercado

Intenciones de implantación
Malla de modulación
Cubierta
Espacio deportivo
Espacio cultural
Sistema de circulación
Zonificación
Tipología de módulos comerciales
Relación con el entorno

Planimetría del proyecto

Planta urbana esc:1/1500
Planta pública esc:1/750
Planta segundo piso esc:1/750
Planta tercer piso esc:1/750
Planta sótano esc:1/750
Planta cubierta esc:1/750
Corte en perspectiva esc:1/200
Corte A-A esc:1/500
Corte B-B esc:1/500
Corte C-C esc:1/500
Corte D-D esc:1/500
Fachada calle 3
Fachada carrera 1
Fachada calle 2
Fachada carrera 2

Análisis bioclimático del proyecto

Bioclimática del lugar
Incidencia solar
Ventilación
Cubierta y materialidad

Detalles constructivos del proyecto

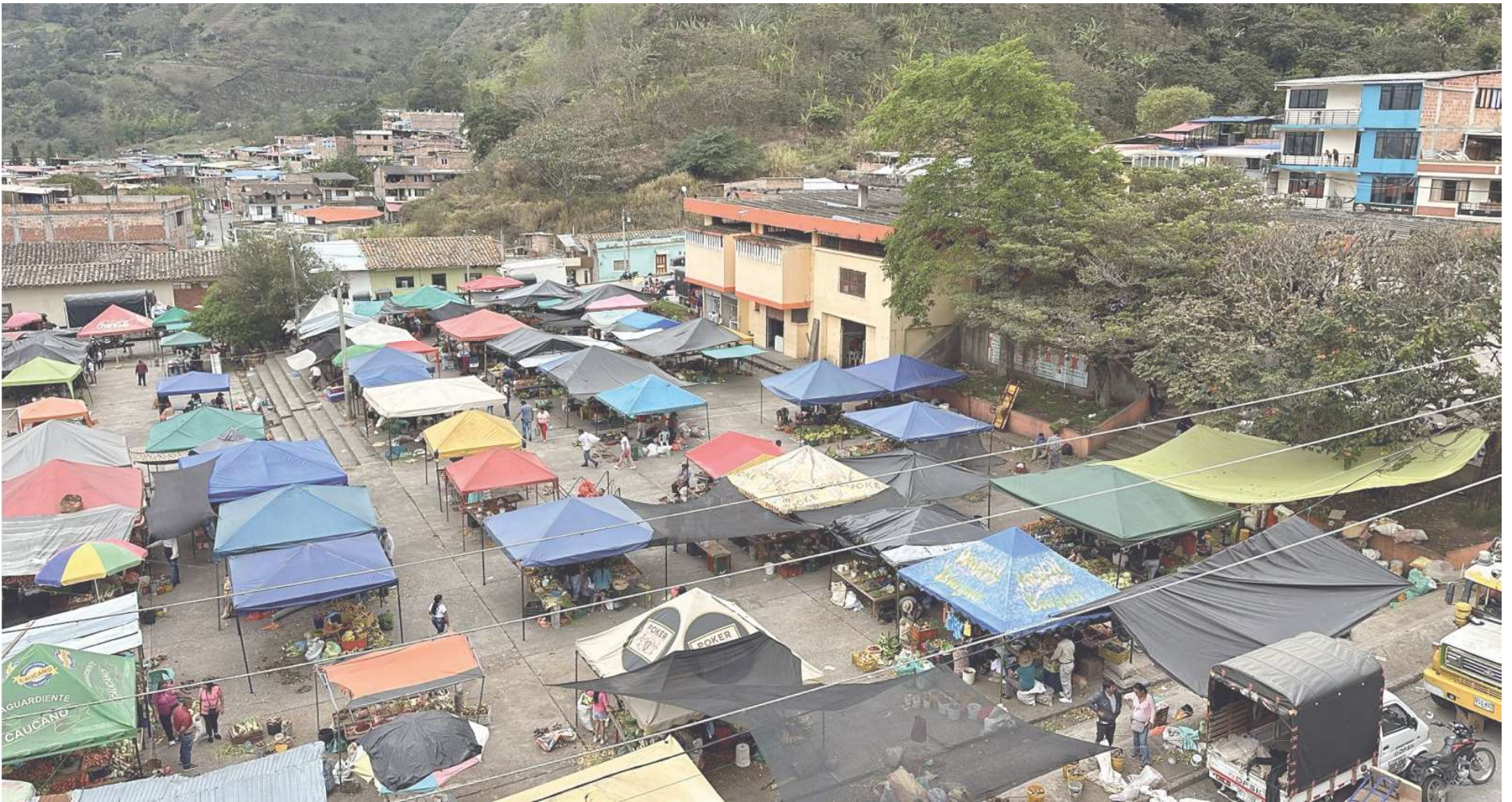
Corte por fachada esc:1/125
Detalle patio esc:1/125
Detalle de cubierta esc:1/200
Detalle de cubierta esc:1/250
Detalle módulo comercial esc:1/50
Detalle módulo comercial plegable esc:1/50
Detalle baños esc:1/75
Detalle punto fijo esc:1/50
Imágenes 360°



INTRODUCCIÓN

PREGUNTA

¿Cómo el proyecto de renovación integral de plaza de mercado en San Pablo, Nariño podría revitalizar la dinámica comercial, al tiempo que revaloriza un espacio significativo, dinámico e inclusivo de recreación y encuentro comunitario?



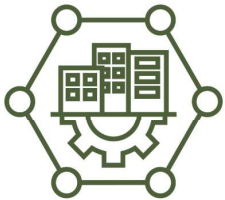
OBJETIVO GENERAL

Desarrollar un proyecto de renovación de la plaza de mercado de San Pablo, Nariño, para generar un incremento de la afluencia de visitantes y aumento en las ventas de los comerciantes locales, que integre áreas comerciales, espacios recreativos y de esparcimiento

OBJETIVOS ESPECÍFICOS



Emplear un diseño que reutilice la galería y plaza de mercado actual de San Pablo, Nariño para hacer la propuesta de renovación donde se generen nuevas áreas comerciales, espacios recreativos y de esparcimiento, fusionando funcionalidad y estética, fomentando la participación activa de todos los sectores de la población.



Promover el uso multifuncional del espacio y satisfacer las necesidades de un área definida, diseño adecuado, condiciones de higiene correctas, mejorar la accesibilidad, etc., tanto de los comerciantes como de la comunidad.



Diseñar espacios arquitectónicos que, mediante la integración de elementos tradicionales y materiales locales, reflejen la identidad cultural de San Pablo, Nariño.

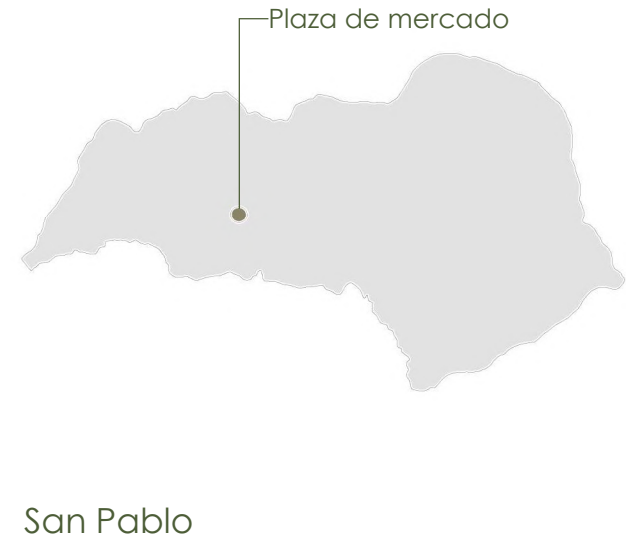
MARCO TEÓRICO

Para este proyecto es importante tener en cuenta diferentes conceptos como lo es la integración, entendiéndola como un proceso mediante el cual los grupos o personas de San Pablo, Nariño, pueden tener diversas características culturales, sociales, económicas o étnicas, se logrará por medio del proyecto, promoviendo la inclusión y participación equitativa, la igualdad de oportunidades y fortaleciendo el tejido social. Además, se busca conservar la identidad cultural, preservando el conjunto de valores, tradiciones, símbolos, creencias y modos de vida compartidos por los habitantes, fomentando un sentido de pertenencia y continuidad, lo cual contribuye a la riqueza y pluralidad de las sociedades. En el ámbito urbano, es importante considerar la relación entre el proyecto, las infraestructuras físicas, la vida social y económica del pueblo, integrando la renovación de la plaza de mercado con la carrera tercera (calle de comercio), la alcaldía municipal y uno de los miradores de San Pablo, Nariño. Finalmente, el bienestar comunitario se enfoca en la salud, la seguridad, el empleo, la cohesión social, el acceso a servicios básicos y un entorno limpio y seguro, elementos clave para la calidad de vida de los habitantes, fomentando la participación cívica y contribuyendo al desarrollo sostenible.



ANÁLISIS URBANO Y DIAGNÓSTICO DE LA PLAZA DE MERCADO

LOCALIZACIÓN Y VÍAS



Calle 3



Calle con mayor flujo vehicular a lo largo del día, sirviendo como una arteria principal para el transporte, el comercio, la movilidad y la interacción entre comunidades.

Carrera 1



Eje vial para llegar al mirador principal de San Pablo, carrera conectora de calle 3 y calle 2.

Calle 2



Calle secundaria donde se realiza carga y descarga de alimentos.

Carrera 2



Carrera usada para llegar al matadero municipal, cancha deportiva y hogares.

POBLACIÓN E IMPORTANCIA

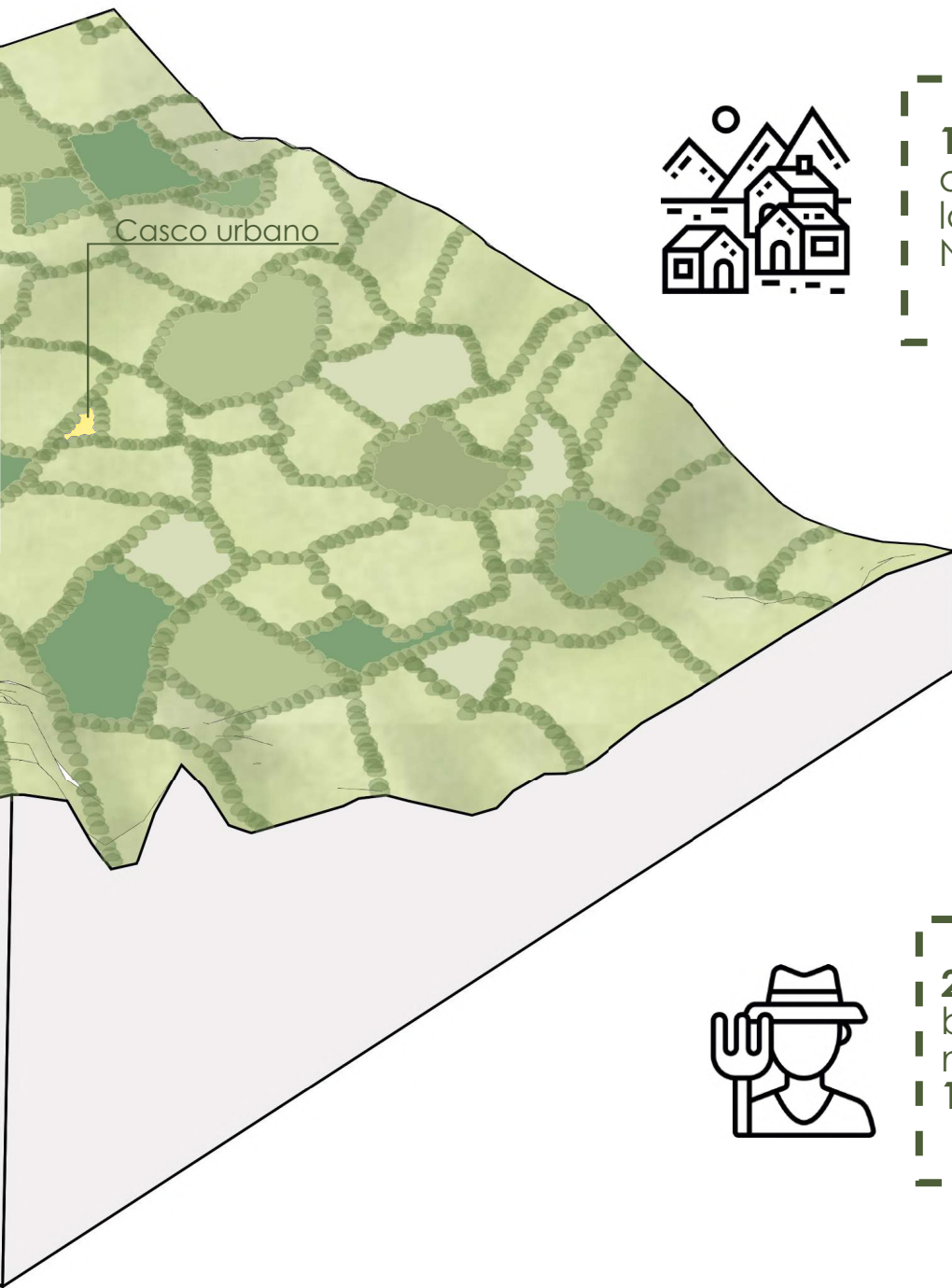
San Pablo, Nariño, cuenta con **15.838** habitantes del año 2018, de los cuales el **21%** pertenece a la tercera edad.

Fuente: DANE 2018



Ante esta realidad, es crucial la creación de espacios adecuados para los adultos mayores, que no solo faciliten su accesibilidad a servicios esenciales, sino que también promuevan su bienestar y participación activa en la comunidad.





11.087 personas viven en veredas, lo cual representa el **70%** de la población total de San Pablo, Nariño.

El índice aproximado de las familias que venden en la plaza de mercado es de **452** familias a **536** familias.



2.680 personas se mantienen a base de las ventas en la plaza de mercado, lo cual representa el **16.9%** de la población.

CONTEXTO HISTÓRICO



La Plaza de Mercado fue trasladada al lote actual, donde se inició el proceso de delimitación de su área.

1950



Se implementan mejoras en la Galería de Mercado para optimizar su funcionalidad.

2005

Siglo XX

La Plaza de Mercado se ubica en la zona central del pueblo, en el espacio que actualmente corresponde al Parque Simón Bolívar.



1970-1990

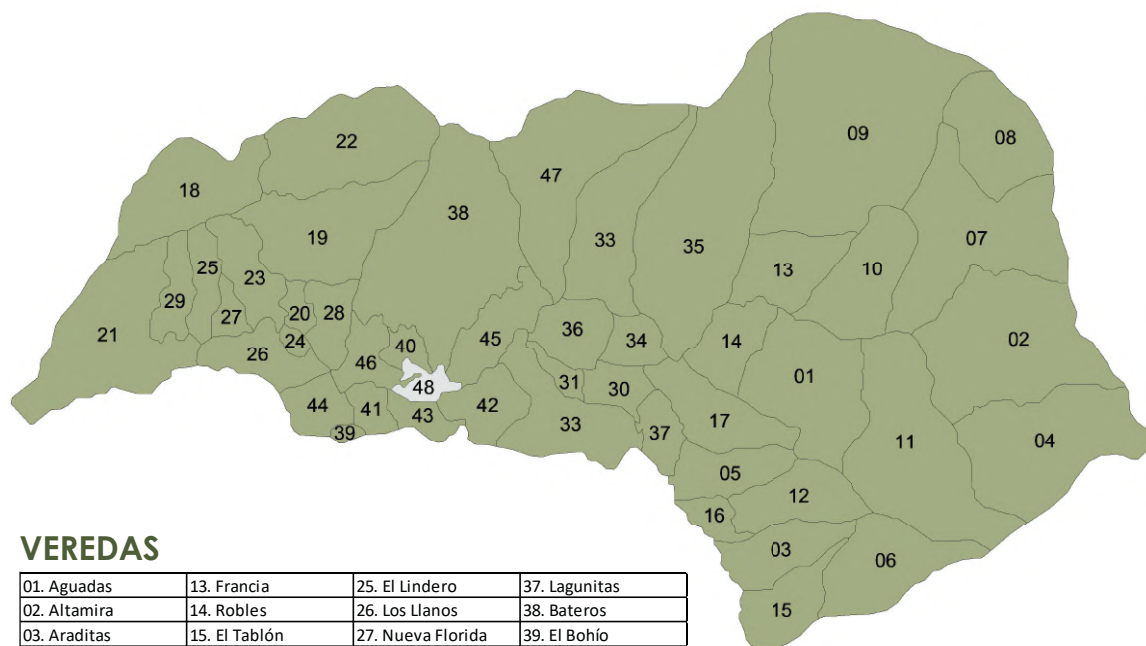
En el lote destinado a la Plaza de Mercado, se lleva a cabo la construcción de la Galería de Mercado.



MODELO DE ADMINISTRACIÓN

La plaza de mercado de San Pablo proviene de los cobros realizados a los vendedores. Los vendedores que ocupan las casetas fijas en la parte inferior deben pagar una tarifa mensual de \$70.000, que incluye los servicios ofrecidos. Por otro lado, los vendedores que trabajan en casetas propias pagan \$5.000 por día, independientemente de si están en la plaza o en el área exterior.

MAPA DE VEREDAS Y PRODUCTOS



VEREDAS

01. Aguadas	13. Francia	25. El Lindero	37. Lagunitas
02. Altamira	14. Robles	26. Los Llanos	38. Bateros
03. Araditas	15. El Tablón	27. Nueva Florida	39. El Bohío
04. Bellavista	16. Briceño	28. Playa Alta	40. La Brisa
05. Betania	17. La Florida	29. El Diamante	41. La Cañada
06. Dantas	18. Alto Llano	30. Chilcal Alto	42. Las Juntas
07. Ramal Bajo	19. Campo Bello	31. Chilcal Bajo	43. Vega Quito
08. Ramal Alto	20. Cantarrano	32. Derrumbes	44. Llanos Chiquitos
09. El Agrado	21. El Alto	33. Las Palmas	45. Laderas
10. El Diviso	22. La Cuchilla	34. Lucitania	46. Playa Baja
11. El Mesón	23. La Chorrera	35. Praditos	47. Achupallas
12. Escubillal	24. La Elvira	36. Yunguilla	48. Casco Urbano

Fuente: Mapa ICDT . San Pablo, Nariño

La dinámica de ventas en San Pablo, Nariño, está influenciada por su economía agrícola y, en menor medida, por el mercado inmobiliario. El crecimiento económico en sectores clave a nivel departamental sugiere oportunidades para el desarrollo y la comercialización de productos y servicios en la región.

Verduras y frutas



Maíz
(39.24 %)



Mora
(0.68 %)



Café
(37.25 %)



Caña panelera
(0.63 %)



Plátano
(13.5 %)



Arverja
(0.23%)



Fique
(2.82 %)



Tomate
(0.21 %)



Yuca
(2.52 %)



Olloco
(0.21 %)



Frijol
(2.09 %)



Papa
(0.18 %)

Carnes



Res
(38.34 %)



Pollo
(24.31%)



Cerdo
(25.15 %)



Cuy
(12.2 %)

PAISAJE

FLORA

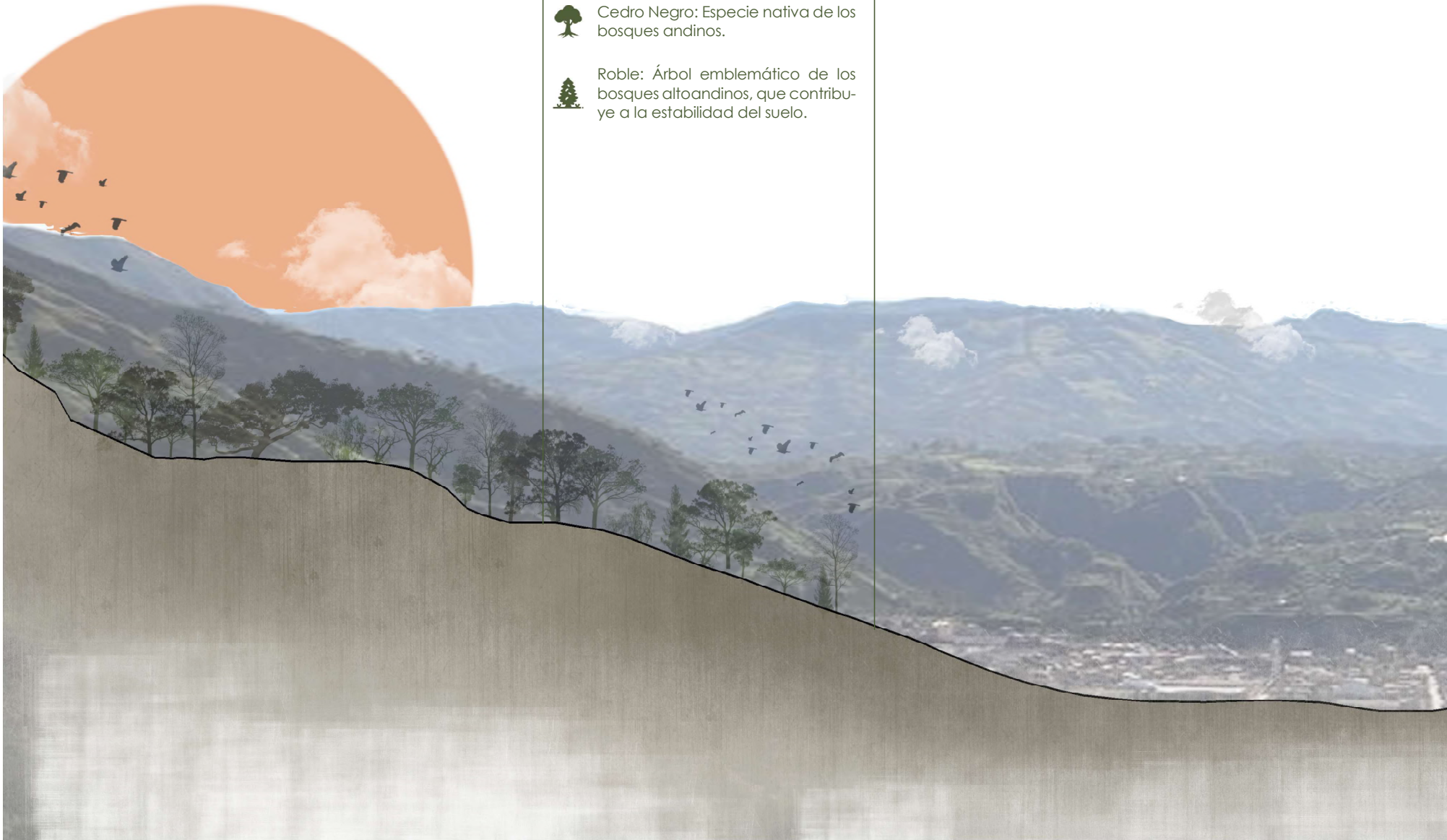


Cedro Negro: Especie nativa de los bosques andinos.



Roble: Árbol emblemático de los bosques altoandinos, que contribuye a la estabilidad del suelo.

CASCO URBANO



FAUNA



Anfibios y Reptiles: La diversidad de microclimas favorece la presencia de diversas especies de ranas y lagartijas.



Aves: La región es hogar de una amplia variedad de aves, como el tucán andino y el toche o turpial.



Mamíferos: En las áreas boscosas habitan especies como el oso de anteojos y el venado de páramo.

FLORES



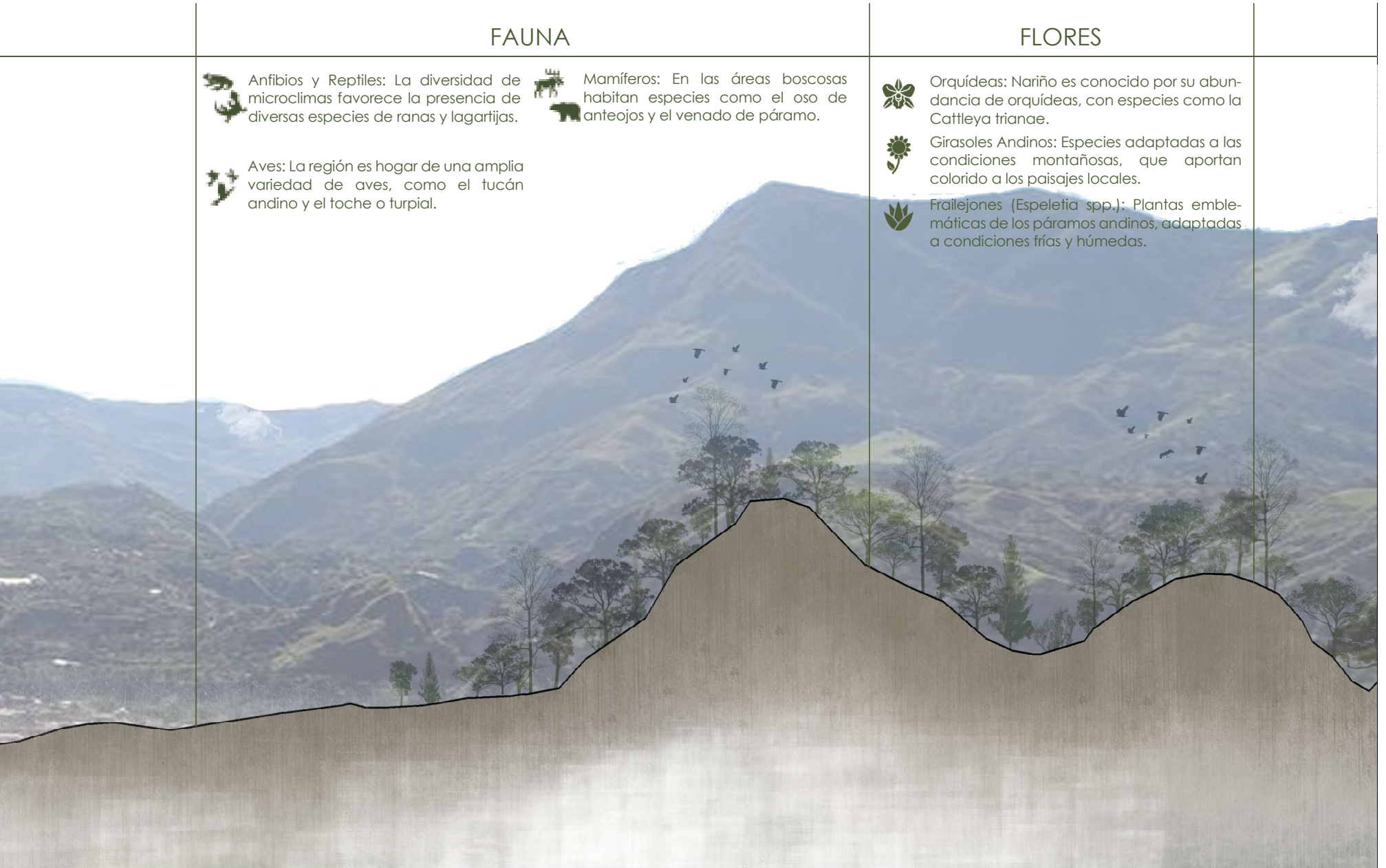
Orquídeas: Nariño es conocido por su abundancia de orquídeas, con especies como la *Cattleya trianae*.



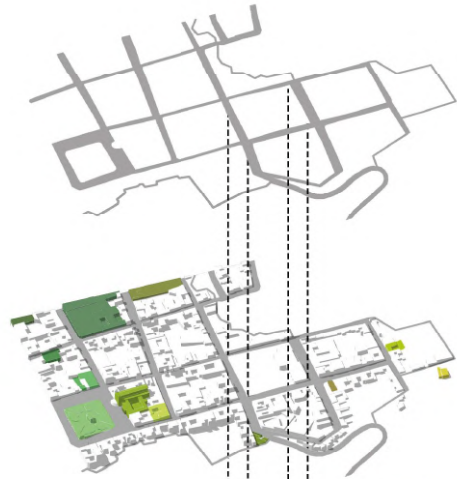
Girasoles Andinos: Especies adaptadas a las condiciones montañosas, que aportan colorido a los paisajes locales.



Frailejones (*Espeletia* spp.): Plantas emblemáticas de los páramos andinos, adaptadas a condiciones frías y húmedas.



SISTEMAS ESTRUCTURANTES



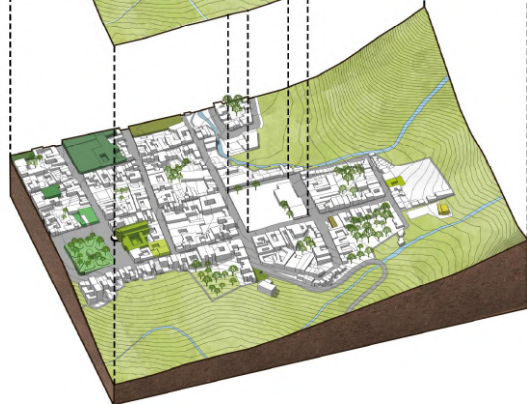
VIAL

EQUIPAMIENTOS

- Cultural
- Educativo
- Admin. pública
- Culto



AMBIENTAL



CIUDAD



TRABAJO DE CAMPO



"Hay un desorden muy grande de los parqueaderos, no hay donde parquear y como conductor de motocarro no tenemos espacio para ubicarnos y a veces entre compañeros no se respetan los turnos de parqueo."

Carlos Realpe, 2024.



"El primer problema que encuentro es la infraestructura deteriorada, una cubierta inexistente, los accesos para la galería están cerrados por locales mal ubicados, hay mucha inseguridad, no tenemos donde dejar las cosas."

Lidia Ponce, 2024.



"Nos hace falta tener zonas cubiertas, como vendedor de panela. Cuando hay invierno nos mojamos mucho, se moja la panela y ya no se puede vender"

Delio Benitez, 2024.



"Pienso que una de las principales problemáticas es el espacio, se podría adecuar de diferentes formas para que sea cómodo para vendedores y compradores, además de eso, como campesino me parece que se debe hacer un espacio para nosotros."

Guillermo Muñoz, 2024.



PROBLEMÁTICAS



Falta de accesibilidad para personas discapacitadas.



Cubierta en mal estado.



Falta de más zonas de descarga.



Áreas poco higiénicas.



Cancha en deterioro.



Inexistencia de áreas definidas para que los comerciantes ubiquen sus puestos.



Estructura vial en conflicto por locales ubicados sobre las calles.



Locales con diseño inadecuado.



Falta de parqueaderos.

SOLUCIONES

1. Adecuar accesos



La mayor parte de la población es de tercera edad, por lo que se debe plantear accesos adecuados para ellos.

4. Higiene adecuado



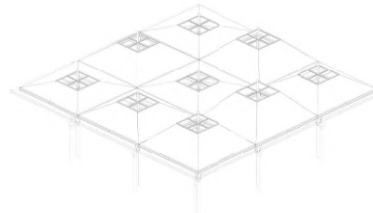
Para generar una higiene adecuada se propone tener un buen diseño de las circulaciones y una unidad técnica de basuras.

7. Mejorar circulación viál



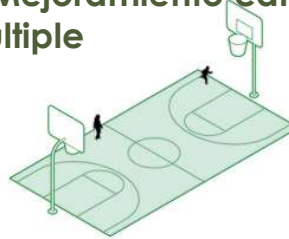
Se busca el aprovechamiento de las calles, al usar uno de sus carriles y dividirlo en dos peatonales.

2. Diseño de cubierta



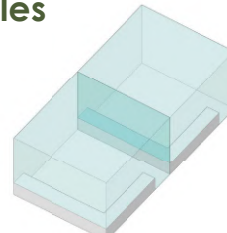
Se propone una cubierta modular donde se reflejen las carpas de los vendedores.

5. Mejoramiento cancha multiple



Es muy importante el deporte en San Pablo, Nariño, por lo cual se propone realizar una cancha multifuncional.

8. Diseño adecuado de locales



En la galería de mercado, los locales tienen un diseño inadecuado; se propone mejorar esos espacios y que sean cómodos para los comerciantes.

3. Zonas de carga y descarga



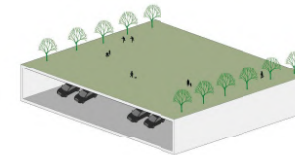
Al realizar el cálculo de la cantidad de locales comerciales, se deben tener 6 zonas de carga y descarga.

6. Generar modulación



Por la falta de una correcta organización, se plantea realizar módulos comerciales.

9. Sótano de parqueaderos



Por la falta de parqueaderos, se propone realizar parqueaderos en un sótano.

REFERENTES DE ESTUDIO

Great Market Hall, Budapest

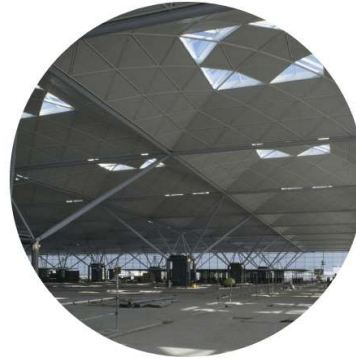


1. Relación de altura

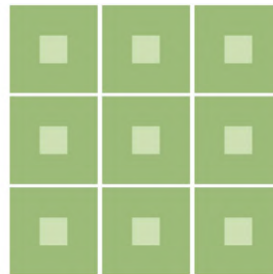


Se caracteriza por su considerable altura entre los módulos comerciales y la cubierta, lo que crea un espacio interior amplio y bien iluminado. Esta disposición permite una ventilación natural eficiente y optimiza la entrada de luz a través de los ventanales superiores, generando un ambiente agradable y funcional para las actividades comerciales.

Stansted Airport, Norman Foster



2. Cubierta

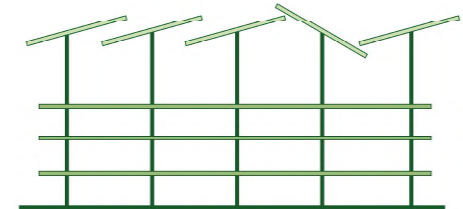


Diseñado por Norman Foster, utiliza módulos en forma de sombrillas invertidas sostenidos por pilares delgados. Esta estructura eficiente permite una iluminación natural abundante, optimiza el espacio interior y refuerza una estética ligera y funcional.

Mercat dels Encants, Barcelona



3. Plataformas

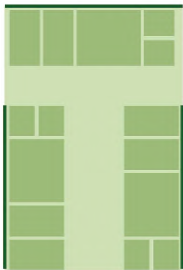


Destaca por combinar plataformas a distintos niveles, que crean recorridos dinámicos, con una cubierta ondulante y reflectante que protege del clima y refleja el entorno, integrando el mercado al contexto urbano.

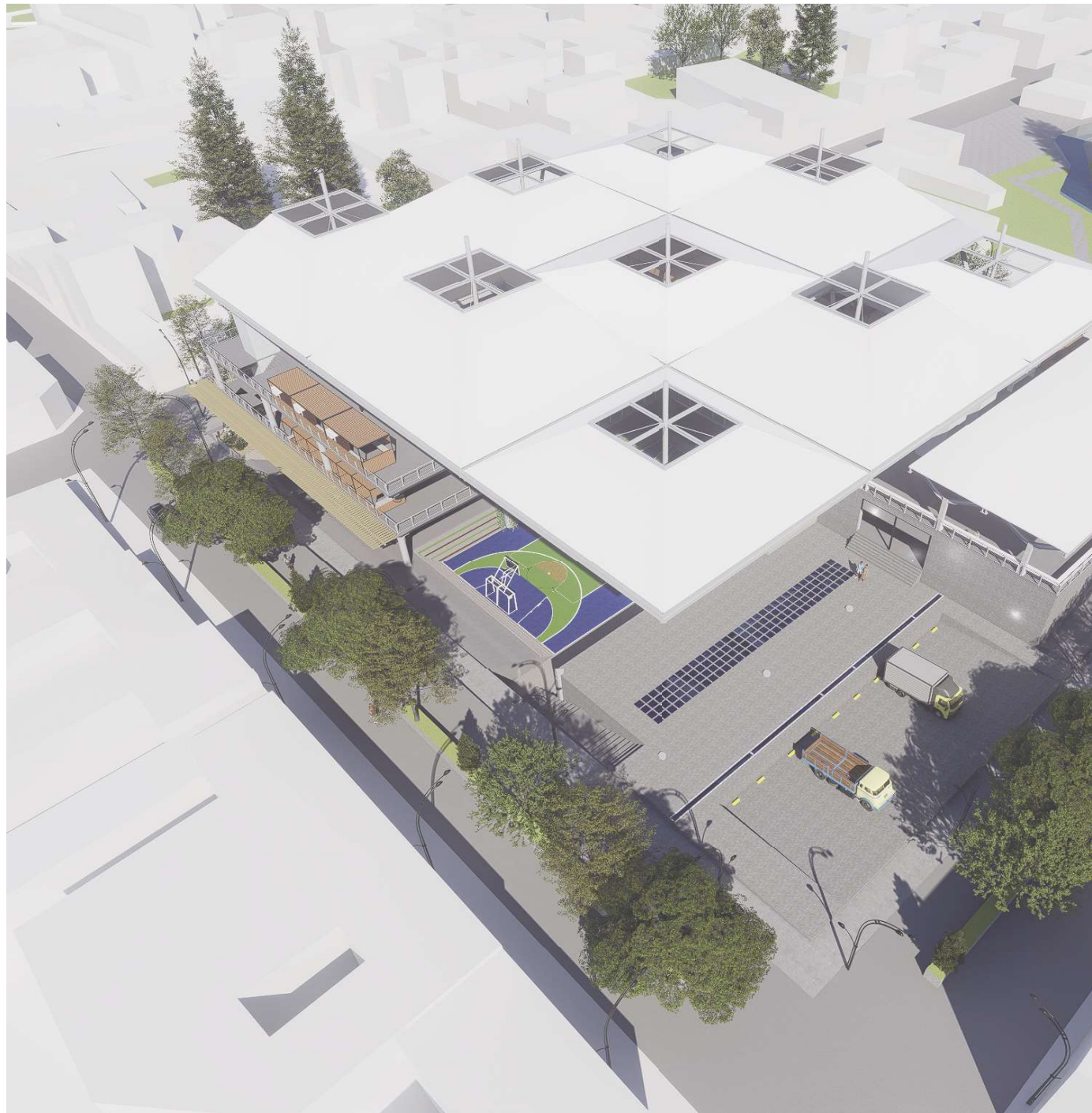
Mercado de Santa Caterina, Barcelona

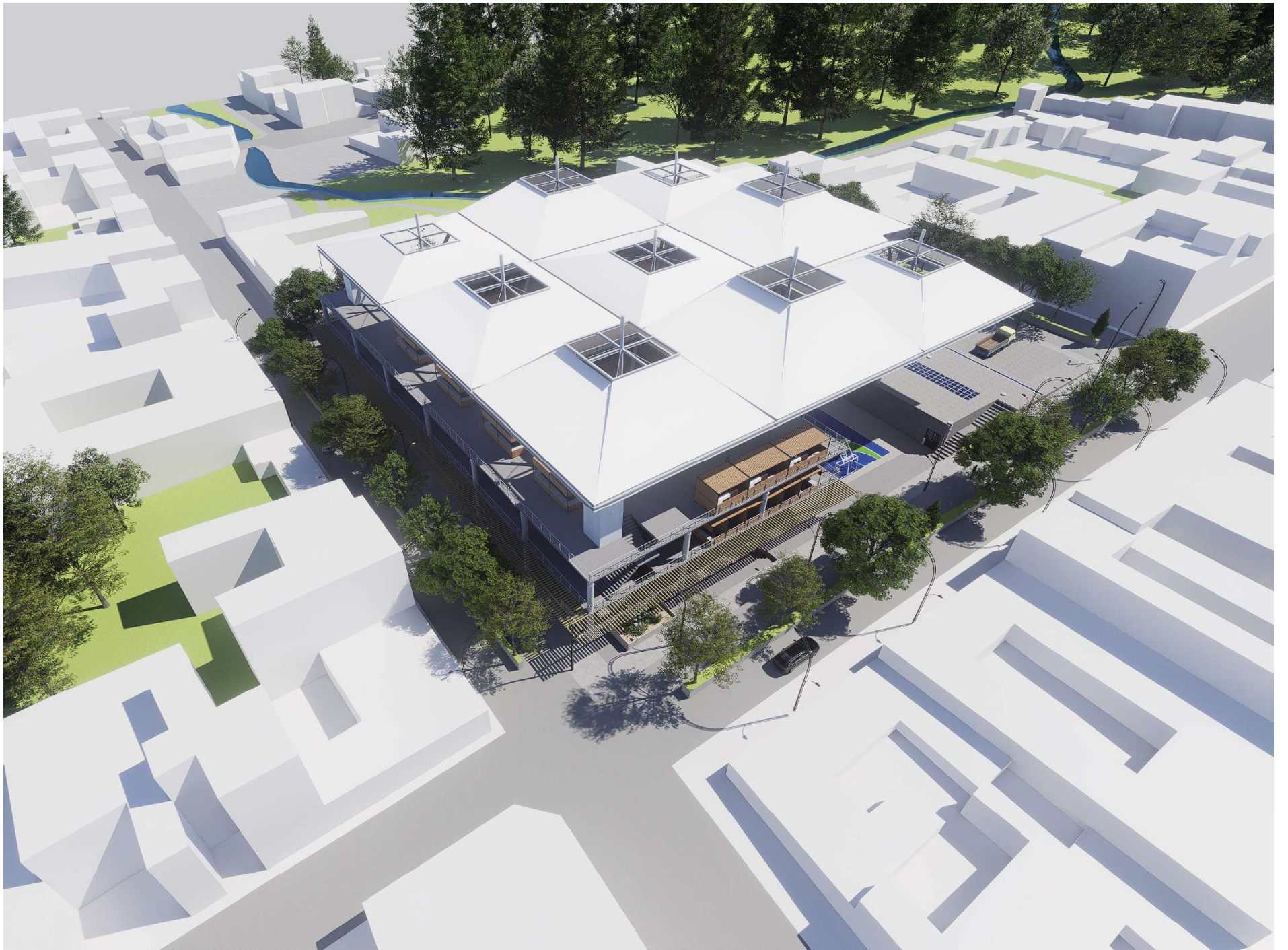


4. Flexibilidad



Organiza sus espacios con modulaciones flexibles que se adaptan a las necesidades de cada puesto. Bajo su icónica cubierta ondulante, esta disposición fomenta la interacción y enriquece la experiencia del mercado.



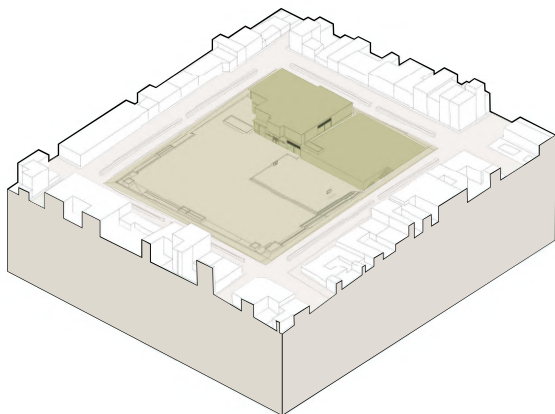


PROPUESTA DE LA PLAZA DE MERCADO



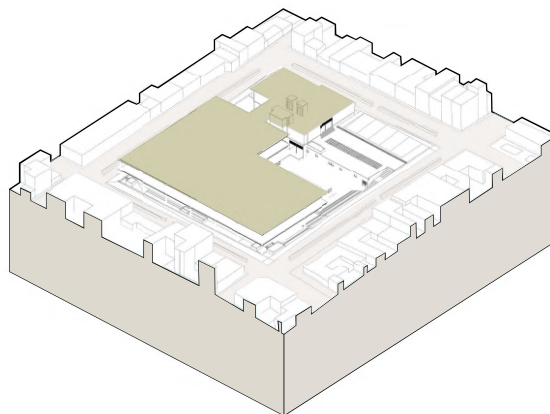
INTENCIONES DE IMPLANTACIÓN

1. Trazado del lote



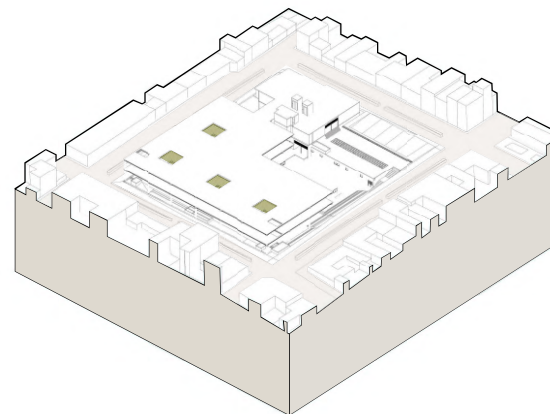
El proyecto inicia con el trazado del lote, definiendo los límites y áreas estratégicas para la plaza de mercado. Se consolida la ubicación de la galería principal, integrando accesos claros y conectividad con el entorno inmediato para facilitar el flujo de personas y mercancías.

2. Plataformas



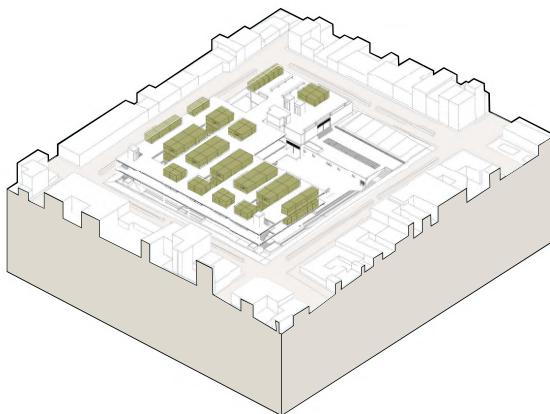
Se diseñan plataformas en distintos niveles para aprovechar al máximo la topografía del terreno. Estas plataformas organizan los espacios según su uso, permitiendo la separación eficiente de áreas comerciales, recreativas y de carga o descarga.

3. Patios



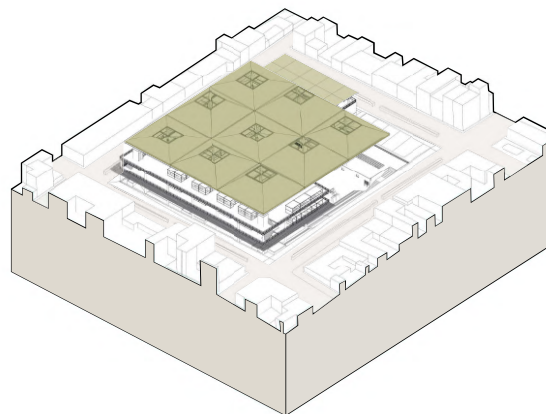
A partir de las plataformas, se generan patios internos que actúan como espacios de esparcimiento, ventilación e iluminación natural. Estos vacíos contribuyen al confort ambiental y crean una conexión visual entre los distintos niveles del proyecto.

4. Módulos



Se disponen módulos comerciales a los laterales de los patios, generando un flujo funcional entre áreas de venta y zonas de circulación. Los módulos están diseñados para ser versátiles y adaptarse a las necesidades de los comerciantes locales, maximizando su utilidad.

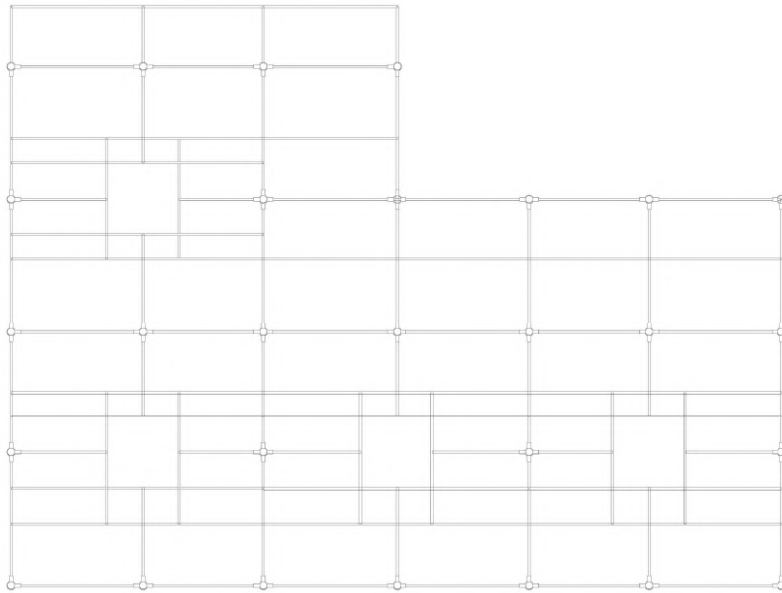
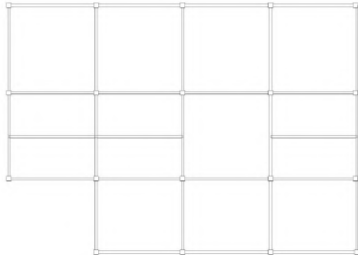
5. Cubierta



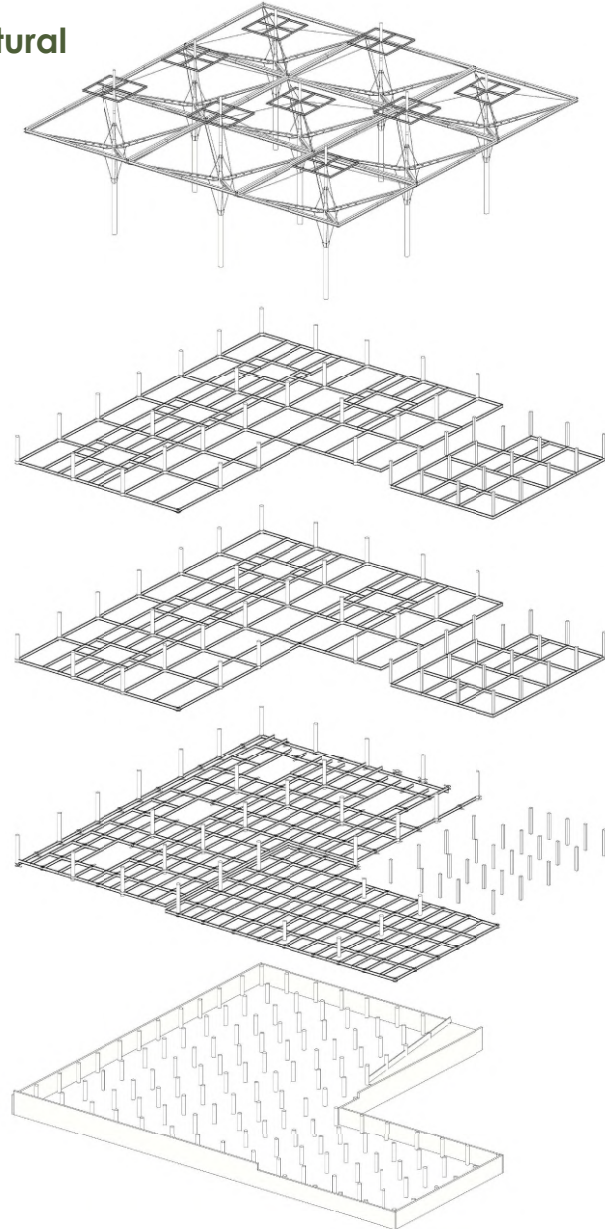
El proyecto culmina con una cubierta moderna conformada por módulos que se integran al diseño general. La cubierta sigue líneas contemporáneas, aportando identidad al conjunto arquitectónico y creando una conexión visual con los patios y el entorno urbano.

MAJLA DE MODULACIÓN

Malla estructural



Isometría estructural



La malla estructural del proyecto se basa en las dimensiones estándar de los parqueaderos del sótano, asegurando funcionalidad y cumplimiento normativo. Esta retícula se extiende hasta la cubierta, donde forma patios que favorecen la iluminación, ventilación y el confort bioclimático. Su diseño garantiza estabilidad y continuidad entre los niveles, integrando funcionalidad y calidad espacial.

CUBIERTA



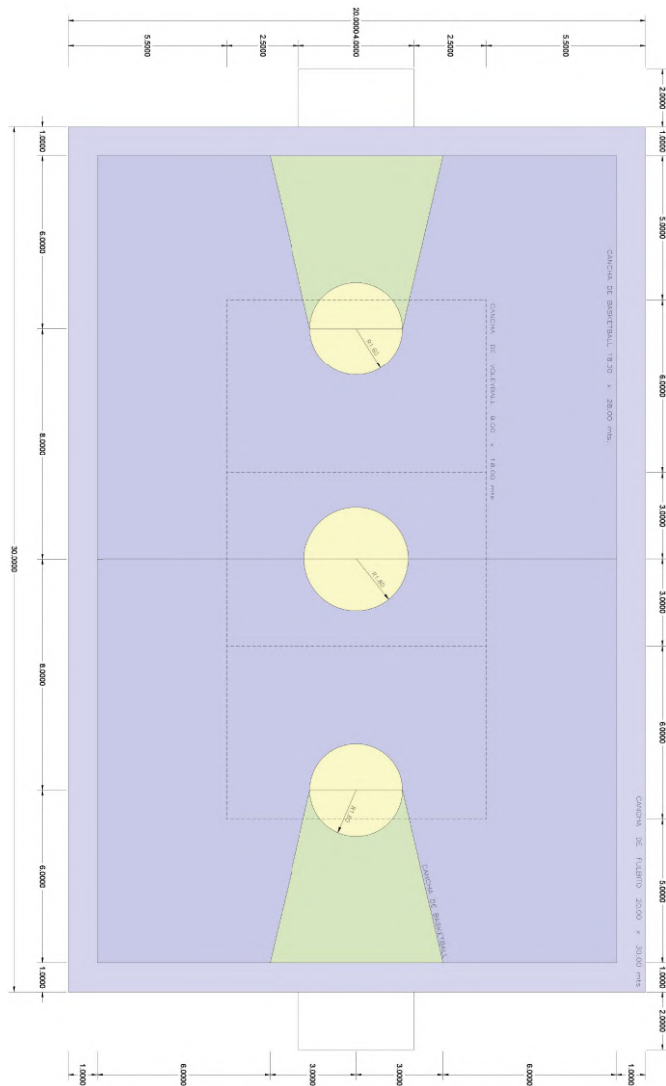
La cubierta del proyecto surge como una solución integral que combina funcionalidad, estética y conexión con el entorno. Su diseño en diferentes alturas responde al paisaje montañoso de San Pablo, Nariño, integrando el edificio con el contexto natural y creando una sensación de armonía visual. La forma de la cubierta se inspira en las carpas tradicionales utilizadas por los comerciantes de la plaza, evocando las raíces culturales y el dinamismo propio del mercado.

Además, incorpora vacíos estratégicos que descienden por los patios hasta el sótano, permitiendo una iluminación y ventilación natural eficiente en todos los niveles del edificio. Estos vacíos no solo aportan confort bioclimático, sino que también refuerzan la relación entre los espacios interiores y exteriores. Para complementar, se integran maceteras con enredaderas que trepan por la estructura, aportando vegetación y un toque de frescura que convierte a la cubierta en un elemento vivo, moderno y sostenible.





ESPACIO DEPORTIVO



La renovación de la plaza de mercado incluye la recuperación de la cancha deportiva existente, que previamente se encontraba en estado de deterioro. Este espacio se rehabilita con un diseño funcional y moderno, mejorando su superficie, delimitación y equipamiento. La intervención busca revitalizar su uso como punto de encuentro para actividades deportivas y comunitarias, integrándolo al nuevo concepto de la plaza.



ESPACIO CULTURAL

Barroz de Pasto, una tradición única, Declarada Patrimonio, esta técnica artesanal, conocida también con el nombre de mopa-mopa, guarda los secretos de un territorio artesano por tradición.



Los quillacingas practican la agricultura, son reconocidos por los trabajos en cerámica, piedra, alfarería, orfebrería y manufacturas.



Las comidas tradicionales de Pasto incluyen el cuy asado, el hornado (cerdo asado), y los tamales pastusos. Bebidas que destacan la chicha de maíz y el champus, elaborado con maíz y frutas. Estos alimentos reflejan la herencia indígena.



El Carnaval de Negros y Blancos es la fiesta más importante de Nariño, Nariño, celebrada el 2 al 7 de enero. Es una expresión cultural de integración y diversidad. Este carnaval, lleno de música, desfiles y carrozas, es Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad.



Las Fiestas de la Virgen de la Playa, se celebran cada 15 de agosto en honor a su patrona. Incluyen procesiones religiosas, música, danzas, y eventos culturales que unen a la comunidad en devoción y tradición.



El Día del Campesino en San Pablo, Nariño, celebra cada año el esfuerzo y dedicación de los agricultores locales. Con actividades festivas, concursos y homenajes, la comunidad reconoce el valor del campesino en la economía y la cultura de la región.

Teatro al aire libre



El proyecto incluye un teatro al aire libre que comparte espacio con la zona de carga y descarga. Este diseño flexible permite aprovechar el área para eventos culturales y artísticos durante horarios no operativos, maximizando su funcionalidad.

Teatro al aire libre noche



Por las noches, el mercado se transforma en un espacio para carnavales y fiestas. Los módulos comerciales son desmontables, dejando un área libre y versátil para celebraciones y actividades comunitarias.

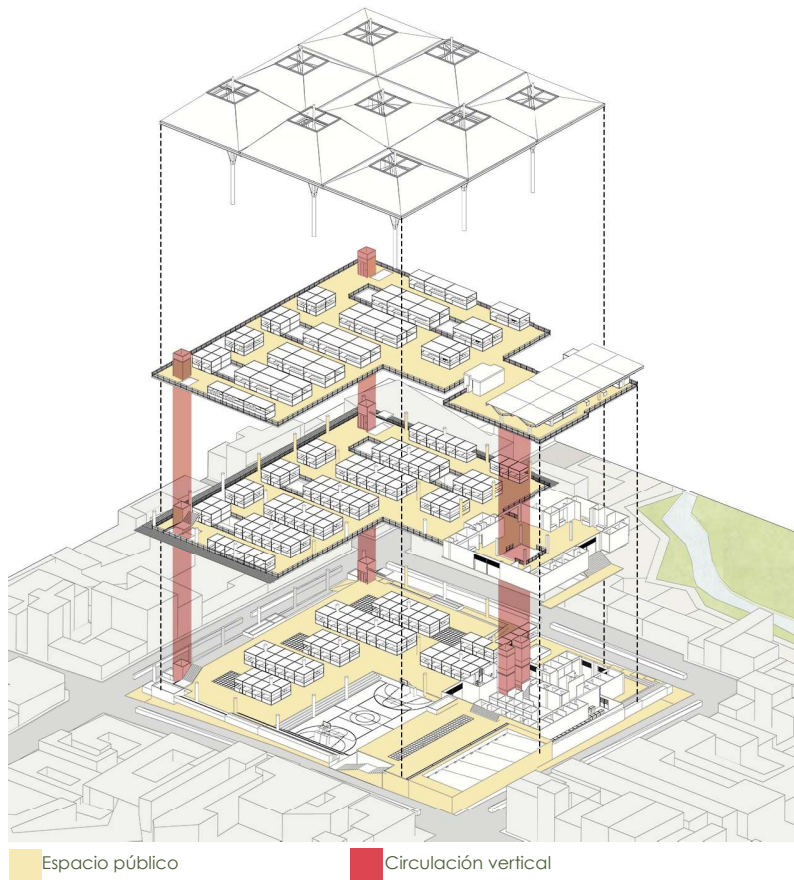
Camerinos



Se diseñan camerinos especialmente para los artistas que participan en los carnavales y fiestas. Estos espacios brindan comodidad y privacidad, apoyando la organización y éxito de los eventos culturales.

SISTEMA DE CIRCULACIÓN

Isometría de circulación



ZONIFICACIÓN

PLANTA PÚBLICA

Calle 2

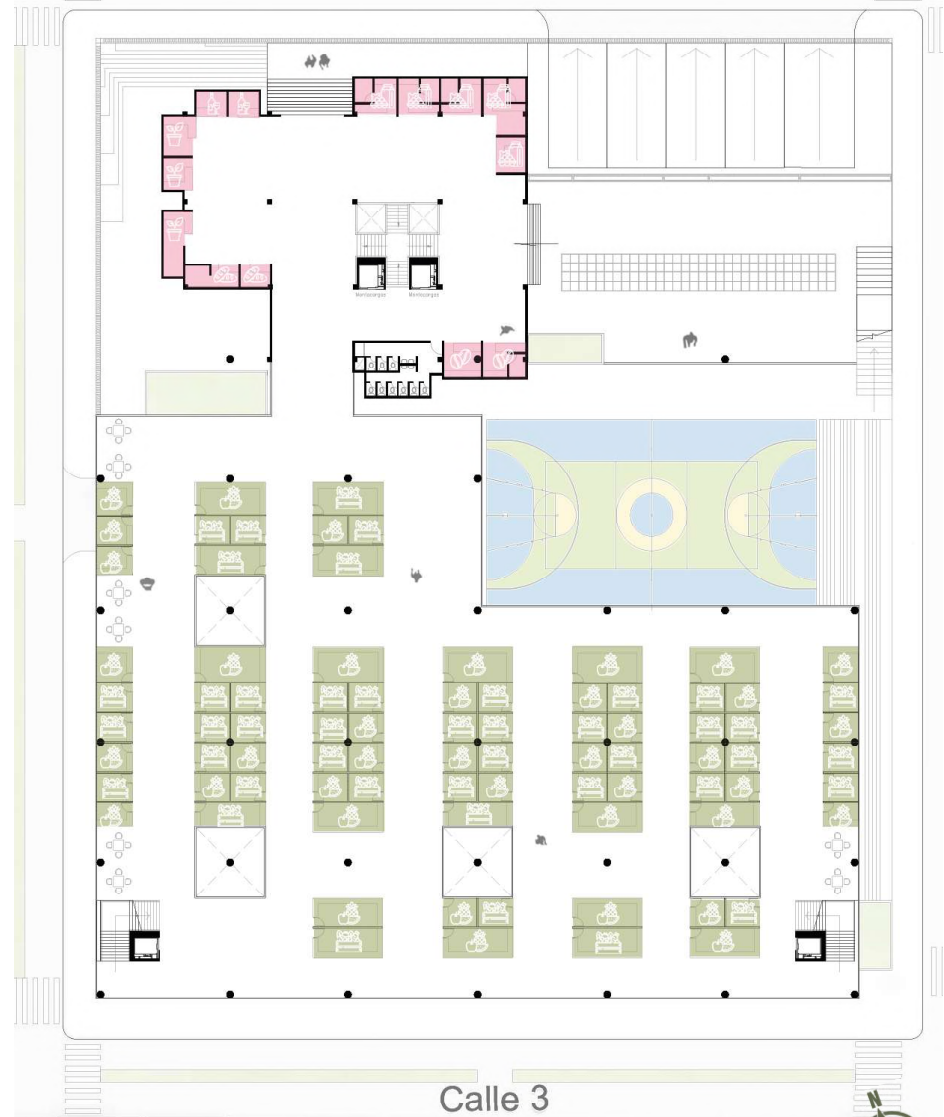


Calle 3



PLANTA SEGUNDO PISO

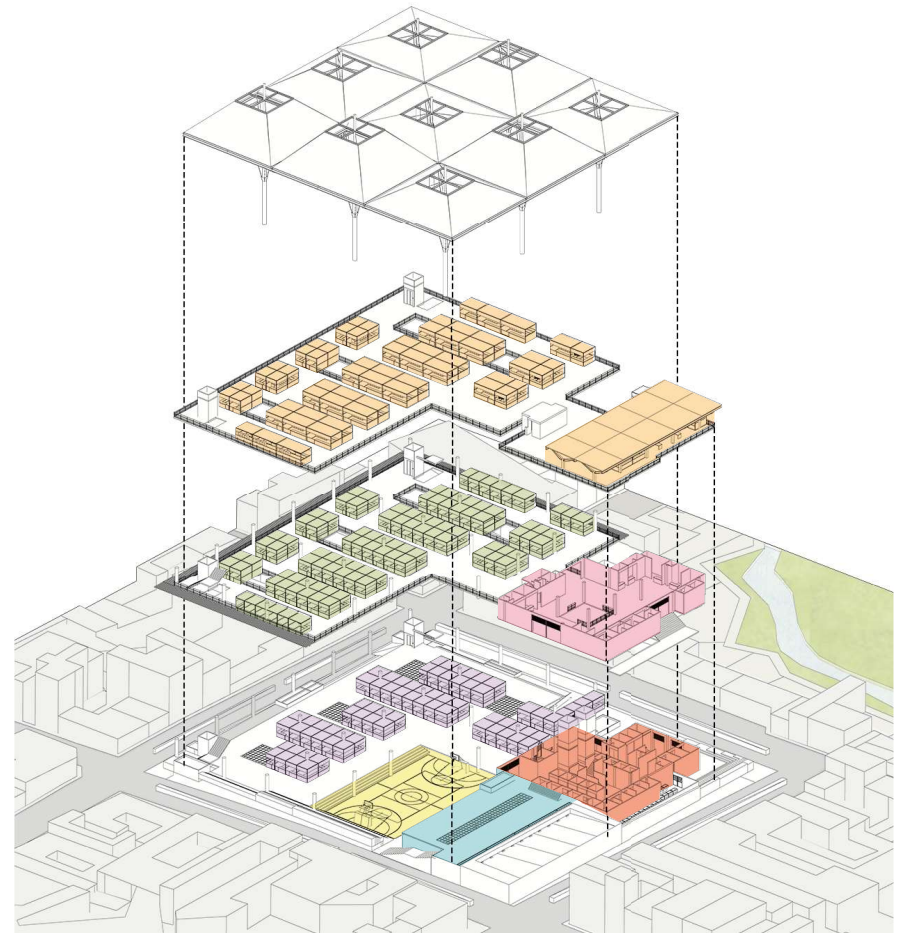
Calle 2



Calle 3



Zonificación



- Ropa y abarrotos
- Cultural
- Frutas y verduras
- Tradiciones de mi Pueblo
- Deportivo
- Carne, pollo y pescado
- El encanto del pueblo

PLANTA TERCER PISO Calle 2



TIPOLOGÍA DE MODULOS COMERCIALES

Módulo restaurante 16 m2



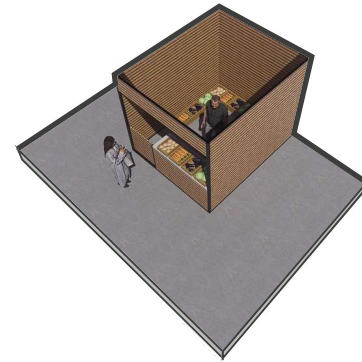
Este módulo amplio cuenta con una barra que funciona como mesón, ideal para que las personas disfruten sus comidas cómodamente.

Módulo esquinero 18 m2



Es el módulo más grande, ubicado estratégicamente en las esquinas para actividades comerciales destacadas.

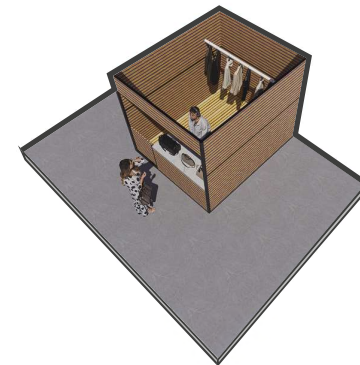
Módulo repetitivo 7,5 m2



De menor tamaño, se repite en varias zonas, ofreciendo espacios compactos y funcionales para diversos productos.



Módulo plegable 7,5 m2



Diseñado para plegarse y quedar a ras del piso, libera el espacio cuando no está en uso, siendo ideal para eventos.

RELACIÓN CON EL ENTORNO

El proyecto se integra al entorno mediante un diseño abierto que permite una conexión visual y funcional con los espacios circundantes. Las alturas variadas y los vacíos estratégicos aseguran que la estructura no se perciba como una barrera, manteniendo una relación fluida con los vecinos y los comercios cercanos. Esta apertura promueve la interacción, el tránsito natural y una experiencia integrada con el entorno urbano.



ANTES



DESPUÉS



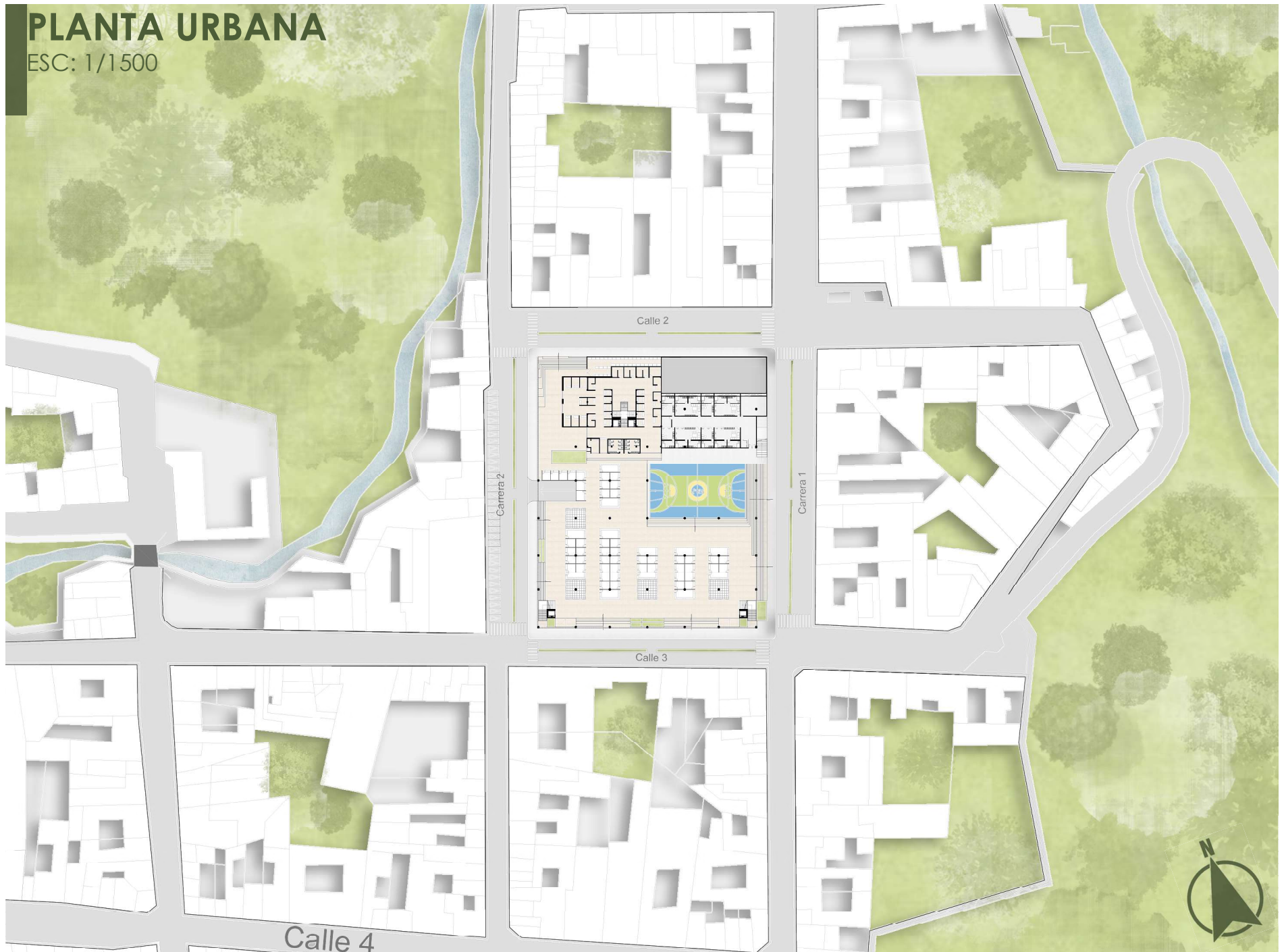


PLANIMETRÍA ARQ



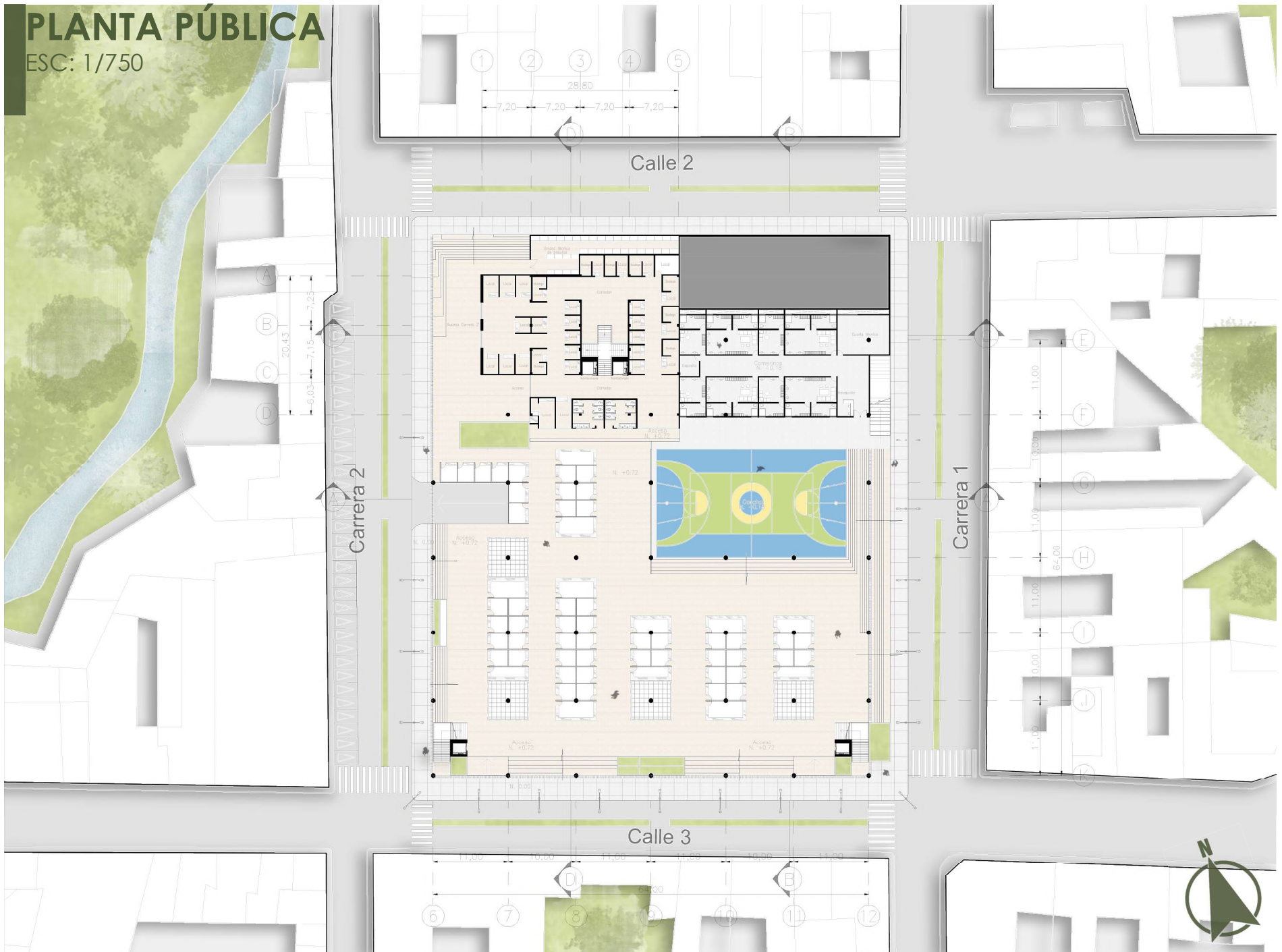
PLANTA URBANA

ESC: 1/1500



PLANTA PÚBLICA

ESC: 1/750



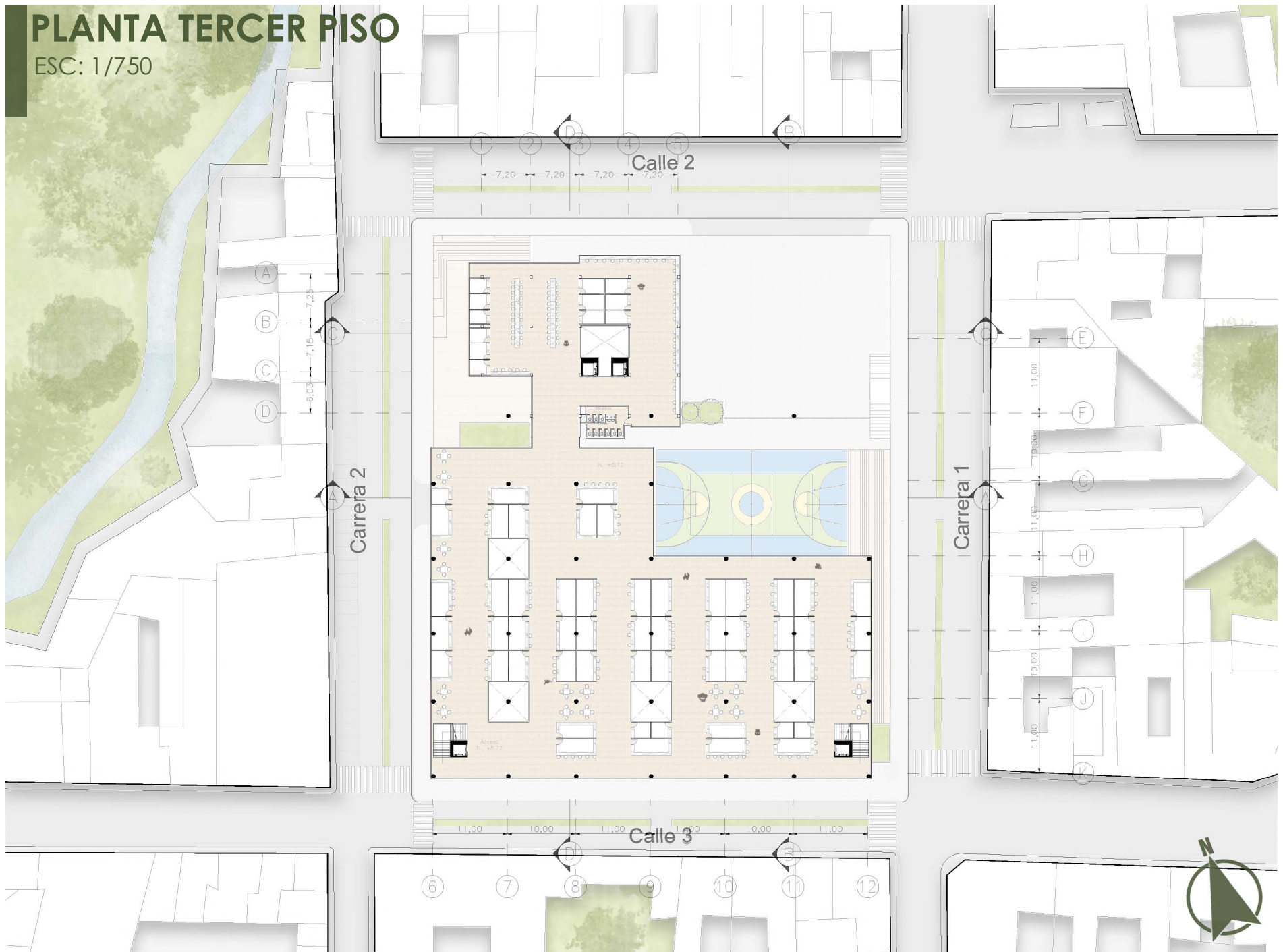
PLANTA SEGUNDO PISO

ESC: 1/750



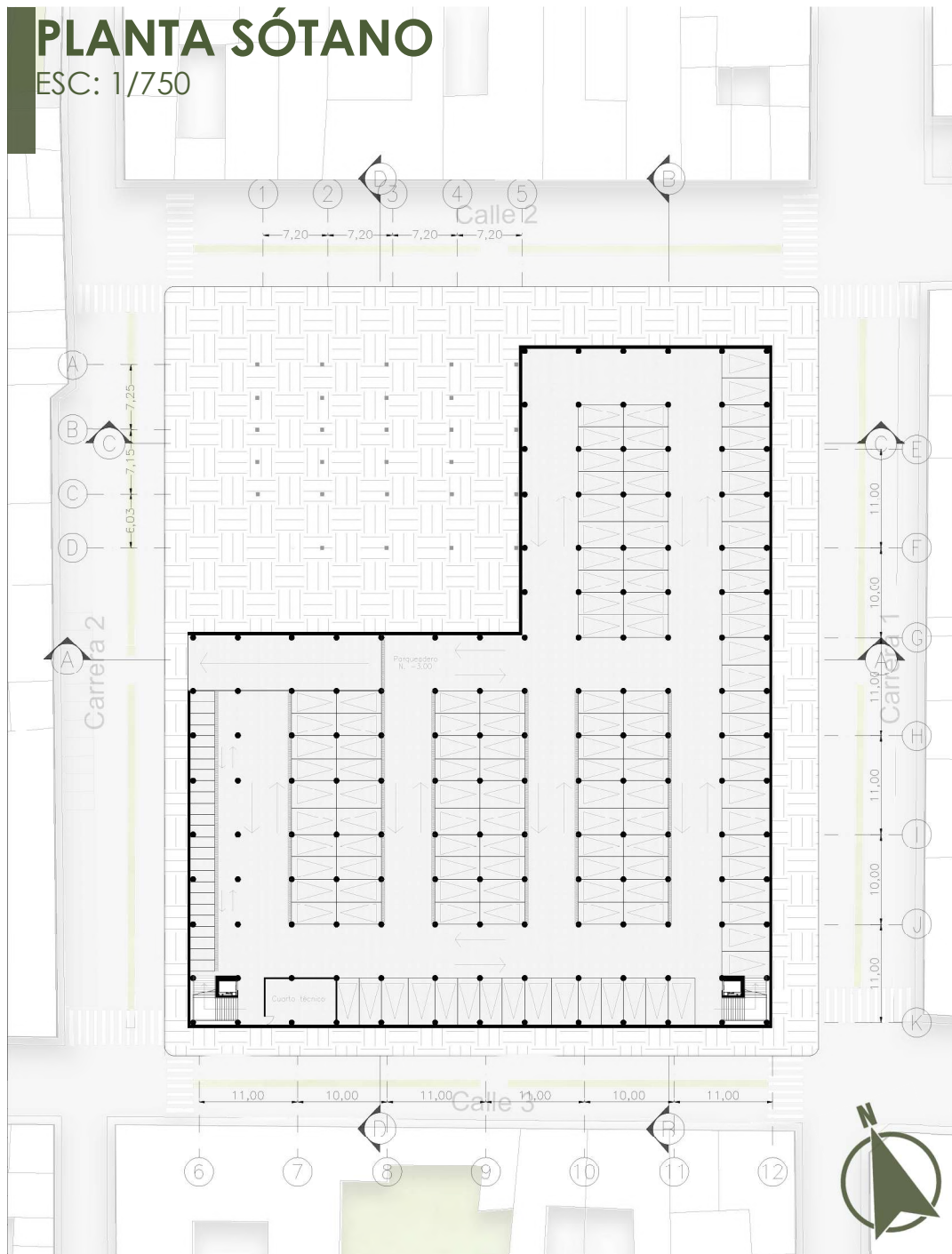
PLANTA TERCER PISO

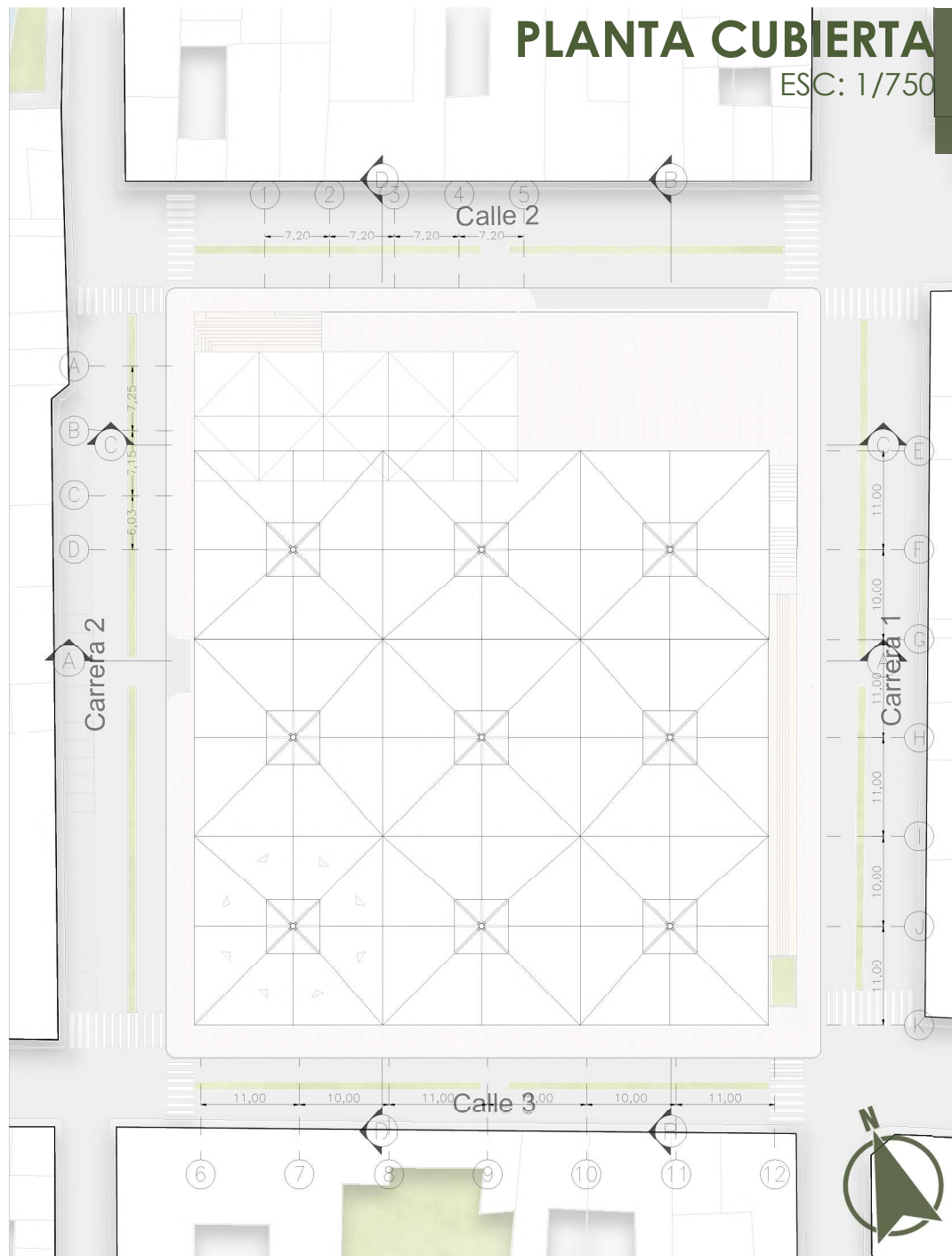
ESC: 1/750



PLANTA SÓTANO

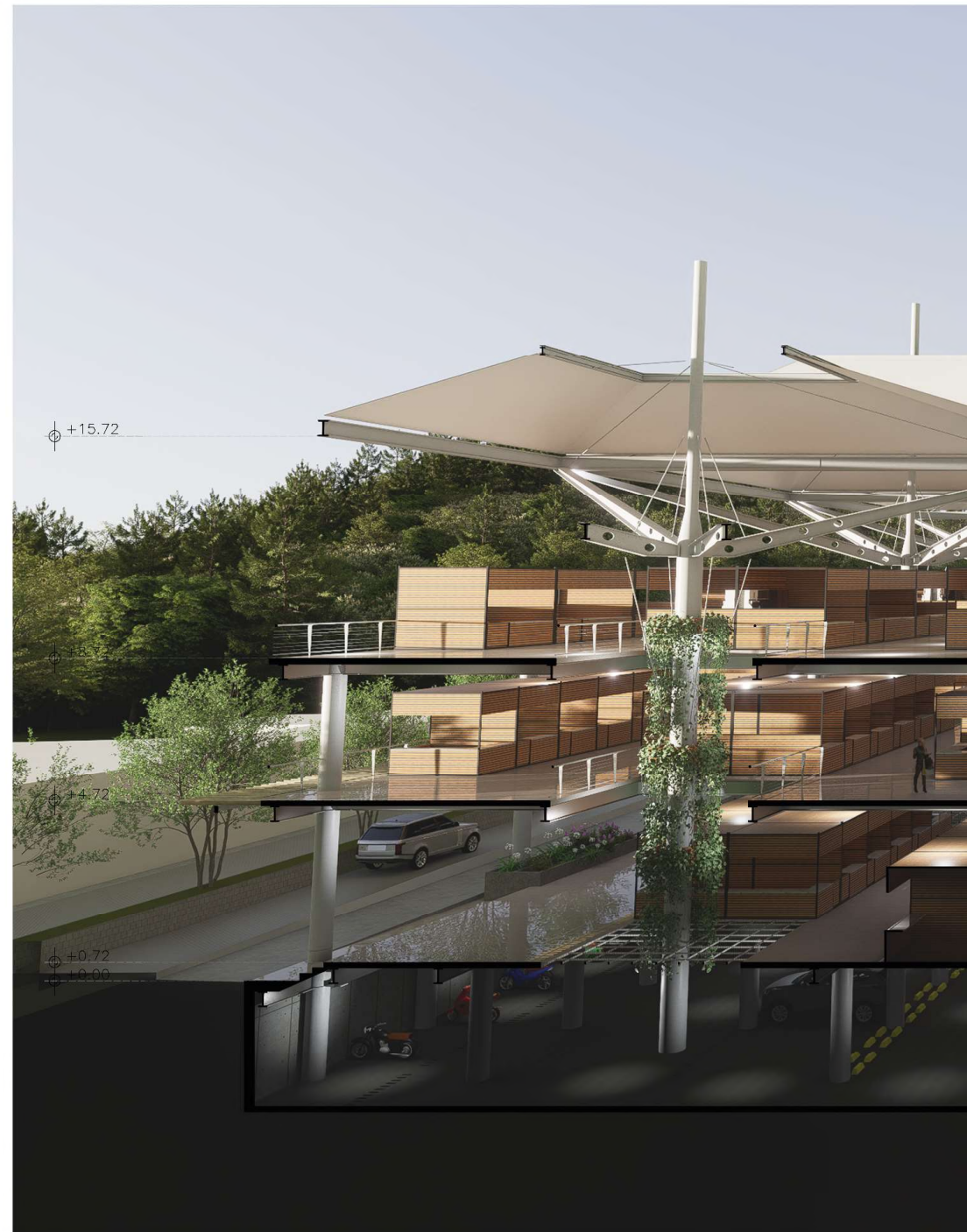
ESC: 1/750





CORTE EN PERSPECTIVA

ESC: 1/200





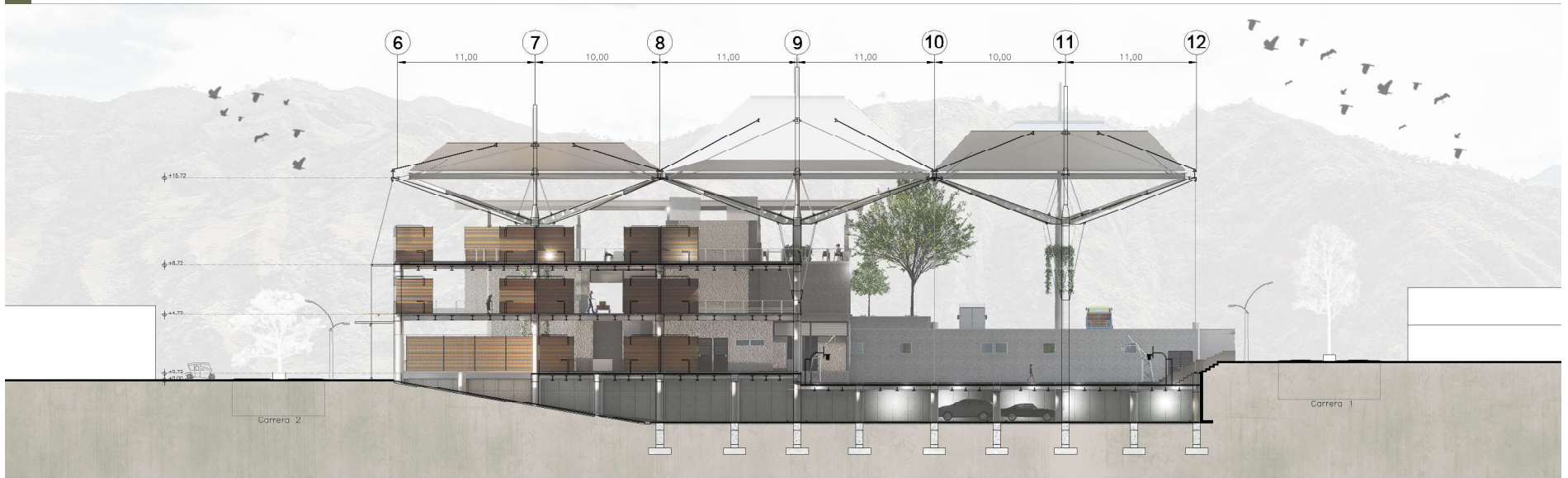
CORTES ARQUITECTÓNICOS

ESC: 1/500

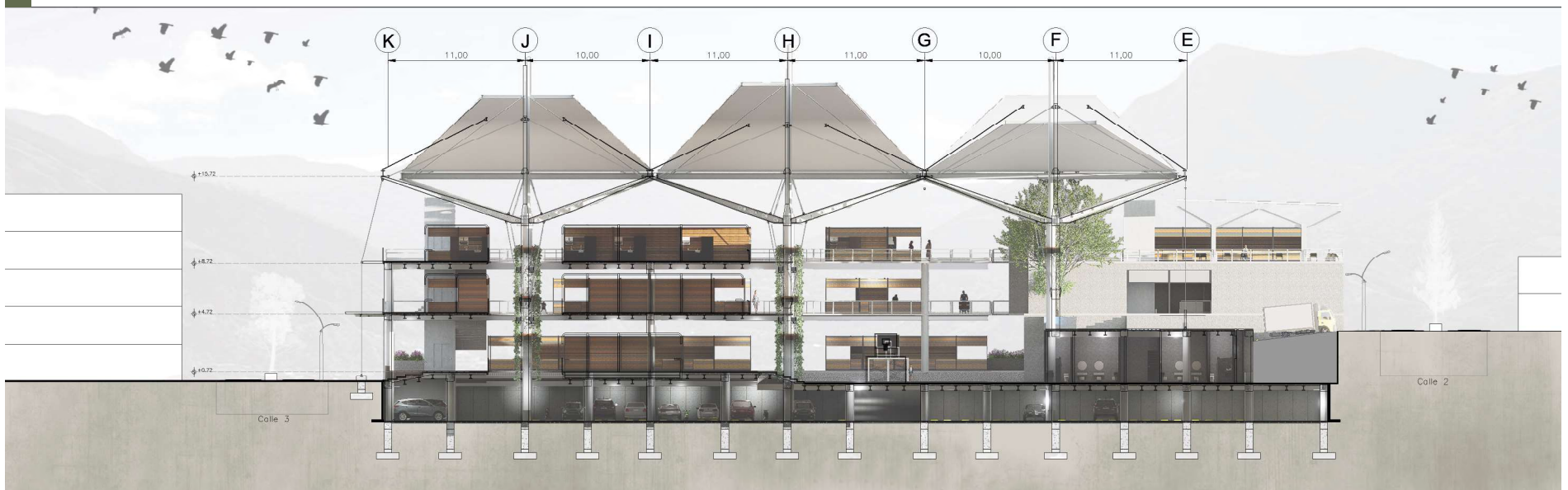


PERFIL CARRERA 1

CORTE A-A



CORTE B-B



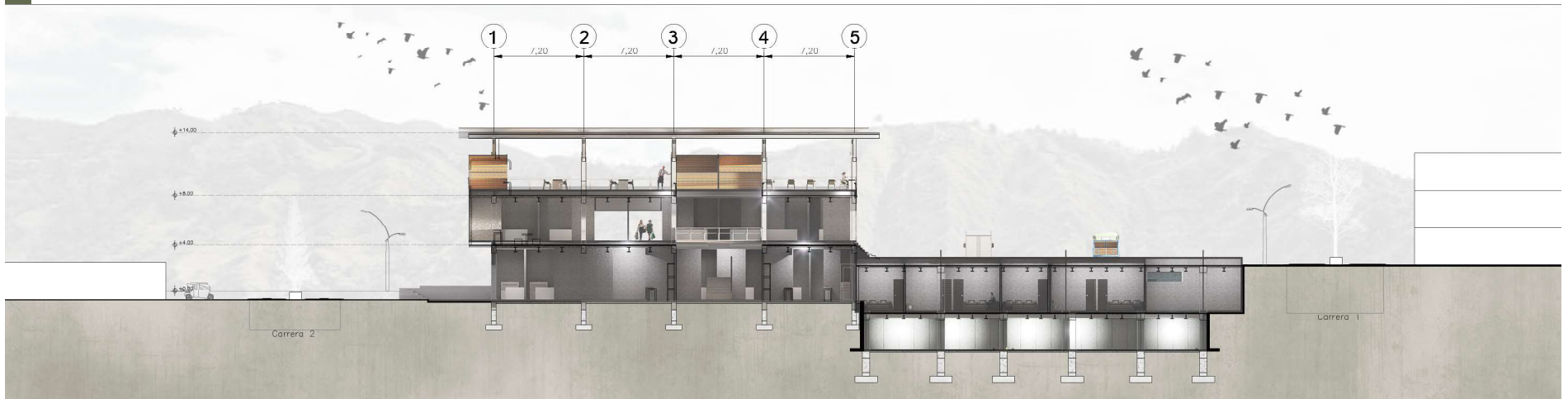
CORTES ARQUITECTÓNICOS

ESC: 1/500

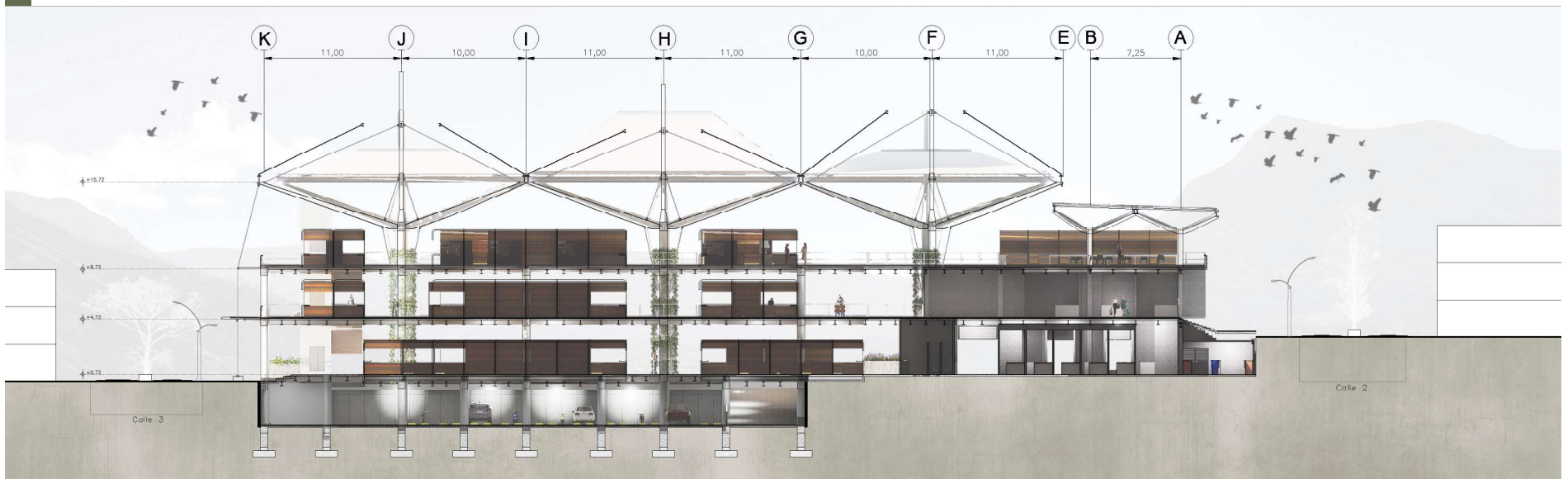


PERFIL CARRERA 2

CORTE C-C



CORTE D-D





FACHADAS



FACHADA CALLE 3



FACHADA CARRERA 1



FACHADA CALLE 2



FACHADA CARRERA 2





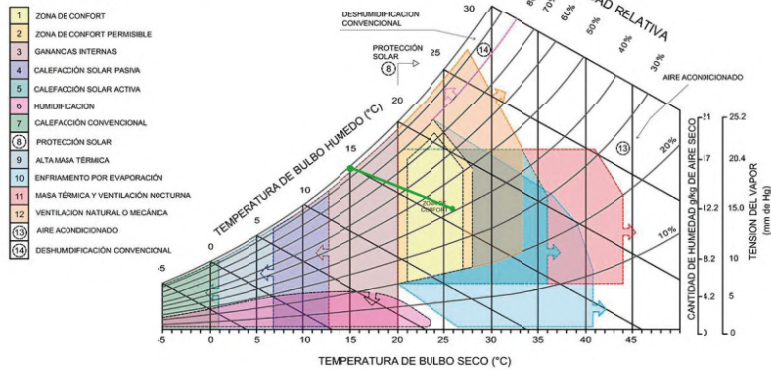
ANÁLISIS BIOCLIMÁTICO



BIOCLIMÁTICA DEL LUGAR

Climograma de Givoni

GRAFICO PSICROMETRICO DE GIVONI



Temperatura más alta



26°

Temperatura más baja



15°

Humedad más alta



98%

Humedad más baja

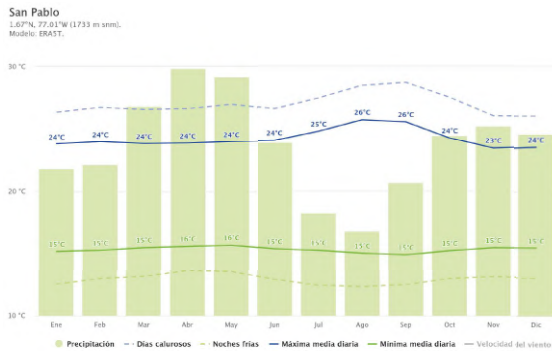


42%

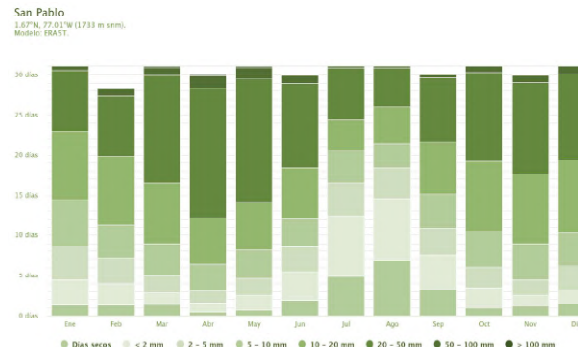
Estrategia:

Cuando la temperatura llega a su punto más bajo, se debe usar la estrategia de ganancias internas por medio de fuentes de luz. Proporcionado principalmente por luminarias como bombillas incandescentes y fluorescentes, puede elevar la temperatura interna.

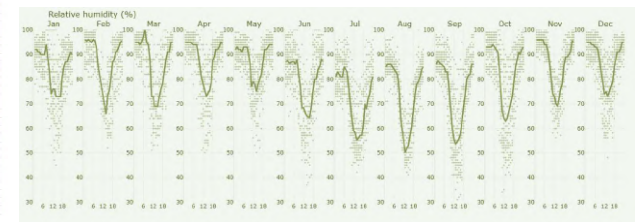
Temperatura media y precipitación



Cantidad de precipitación



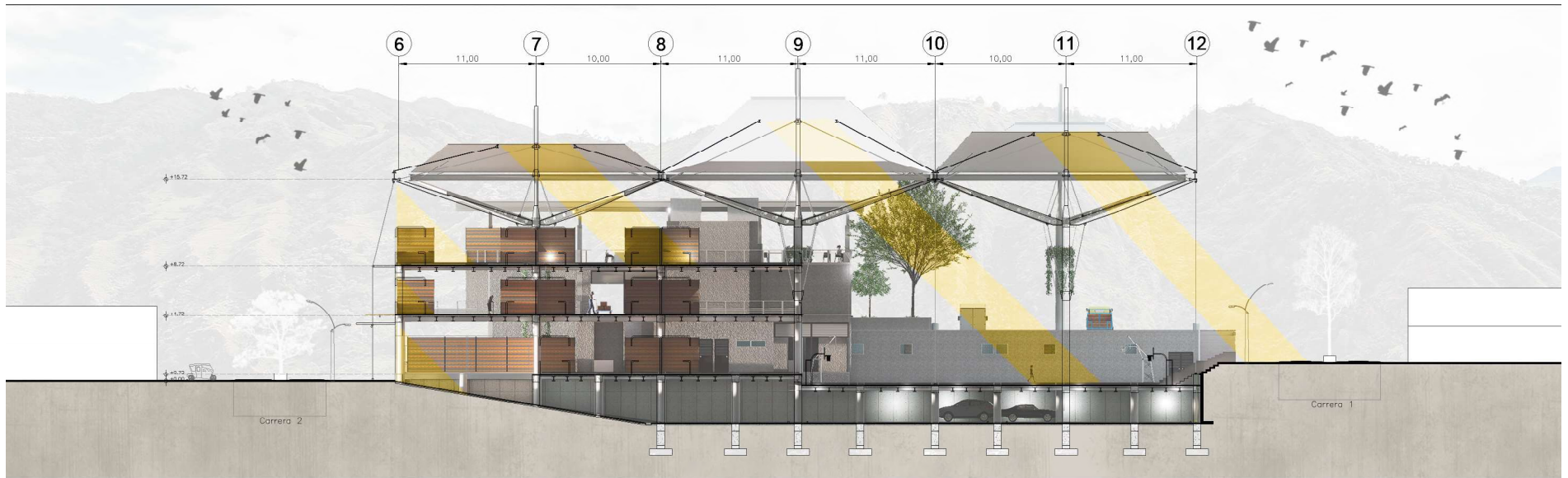
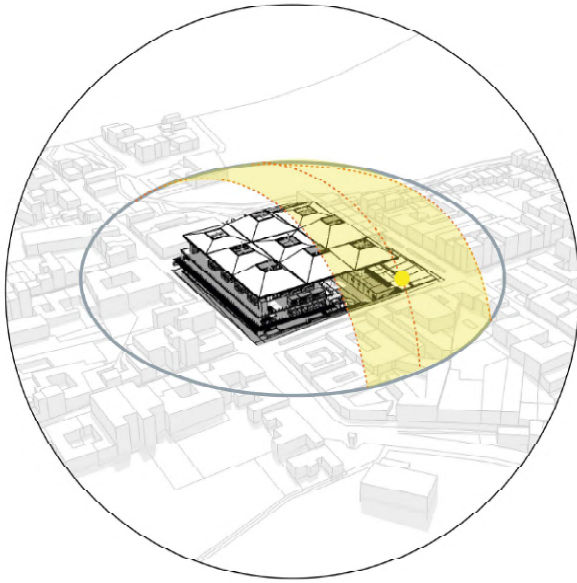
Humedad relativa



BIOCLIMÁTICA DEL PROYECTO



INCIDENCIA SOLAR



CUBIERTA Y MATERIALIDAD

1 LAMINA TIPO TABLERO



2 BALDOSA



3 LONA



4 ESPUMA PERFORADA



5 TENSOR METÁLICO



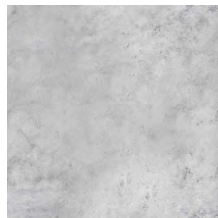
6 VIGA IP METÁLICA



7 AGARRE METÁLICO



8 CONCRETO PULIDO







DETALLES ARQ



DETALLE DE PATIO

ESC: 1/125

COLUMNA TUBULAR

APOYO METÁLICO

TENSOR 1" ALMA DE ACERO

VIGA METÁLICA IP

COLUMNA TUBULAR

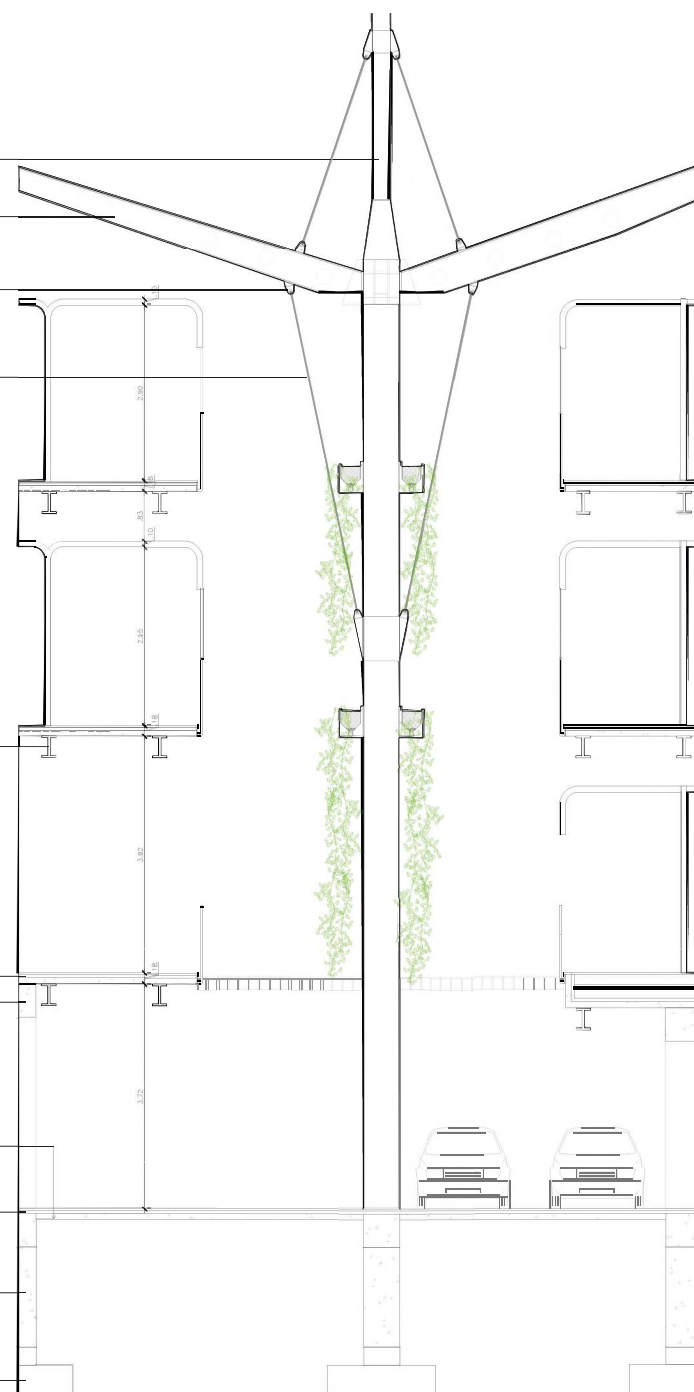
PISO EN BALDOSA CERÁMICA
VIGA EN CONCRETO

LOSA DE PISO EN CONCRETO DE 0,8

PISO EN BALDOSA CERÁMICA

VIGA DE AMARRE DE FUNDICIÓN

ZAPATA DE FUNDICIÓN



DETALLE CUBIERTA

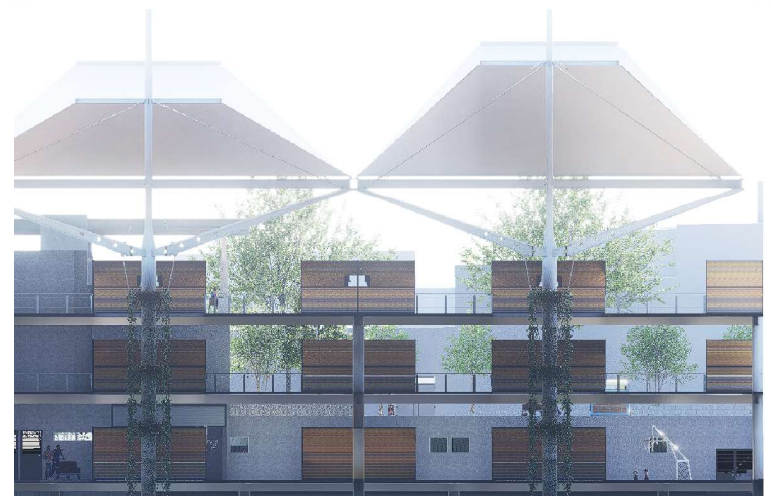
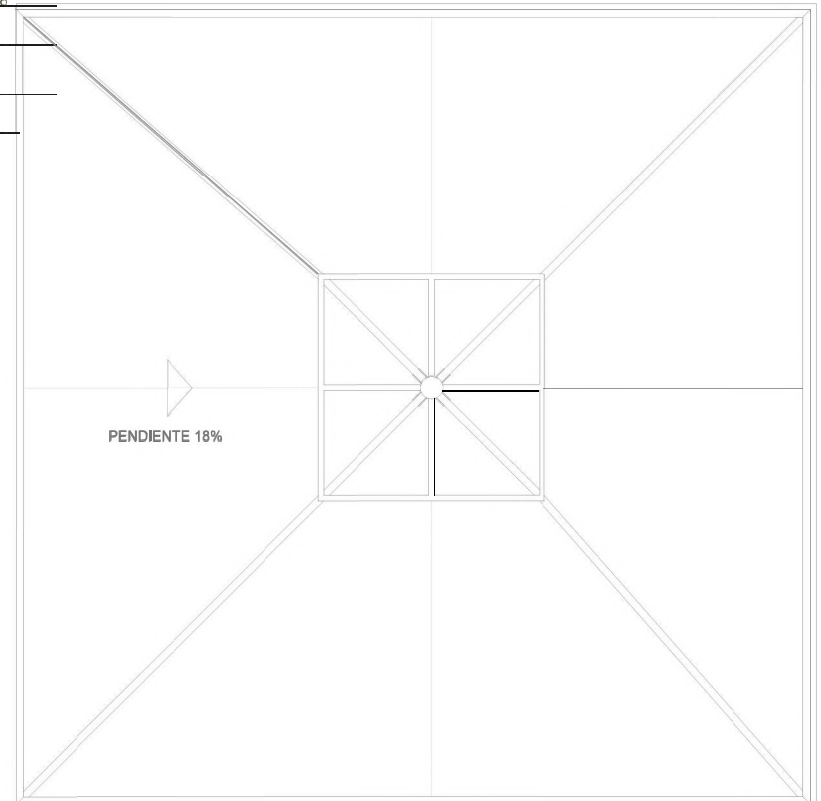
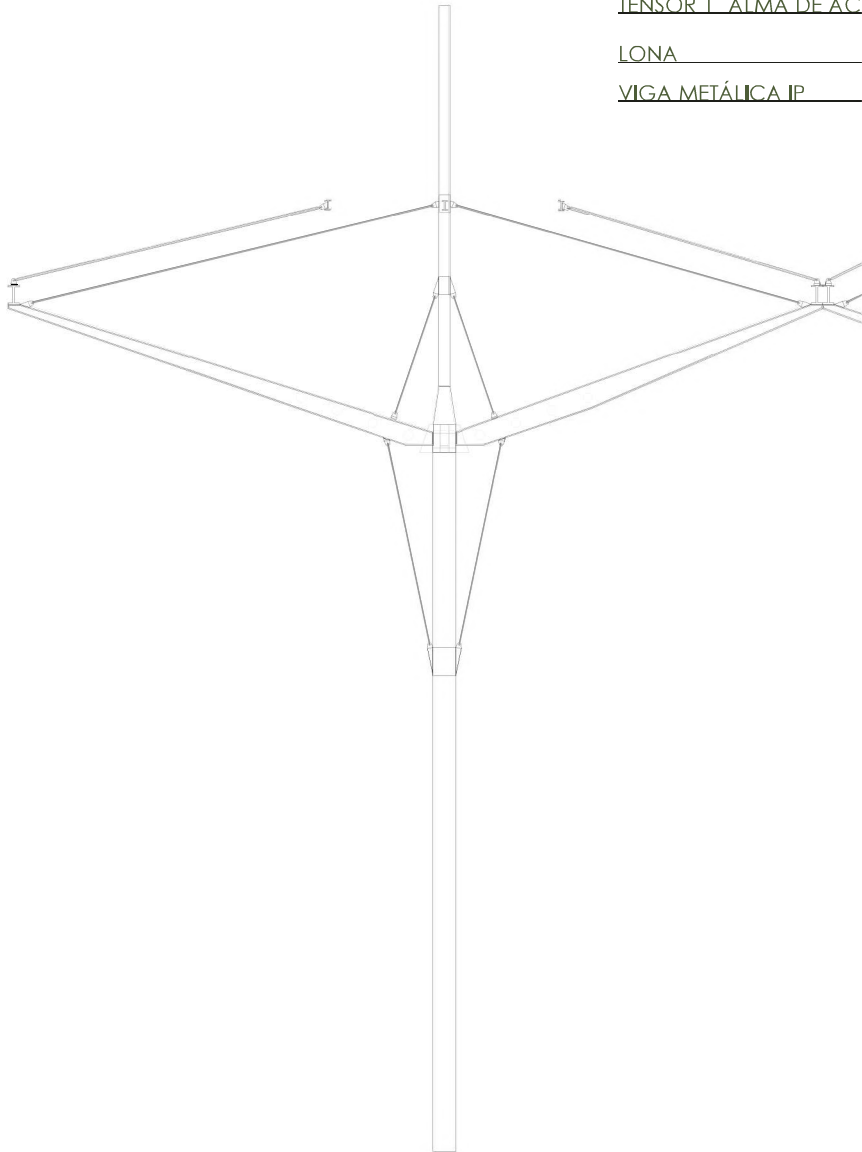
ESC: 1/200

CANAL DE AGUA PENDIENTE 2%

TENSOR 1" ALMA DE ACERO

LONA

VIGA METÁLICA IP



DETALLE CUBIERTA

ESC: 1/250

VIGA METÁLICA IP

LONA

ESPUMA PERFORADA

LONA

CANAL DE AGUA PENDIENTE 2%

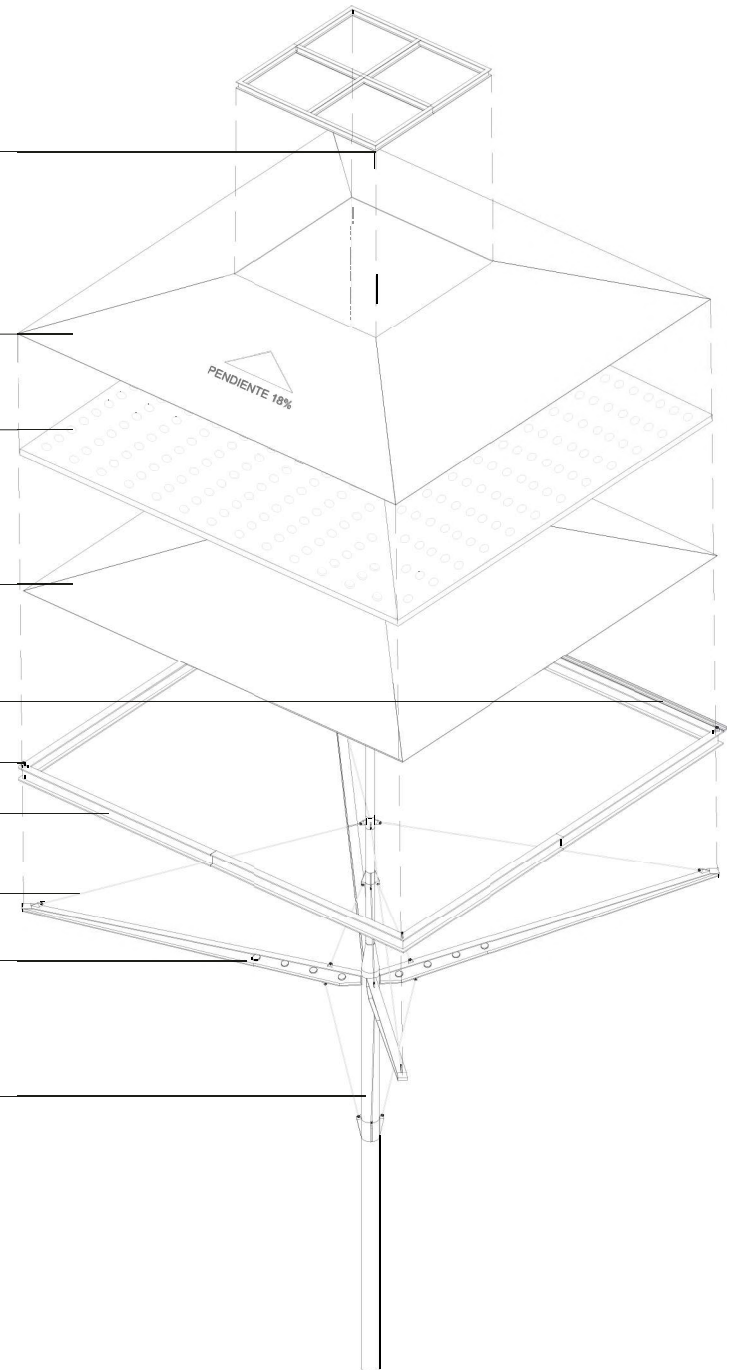
APOYO METÁLICO

VIGA METÁLICA IP

TENSOR 1" ALMA DE ACERO

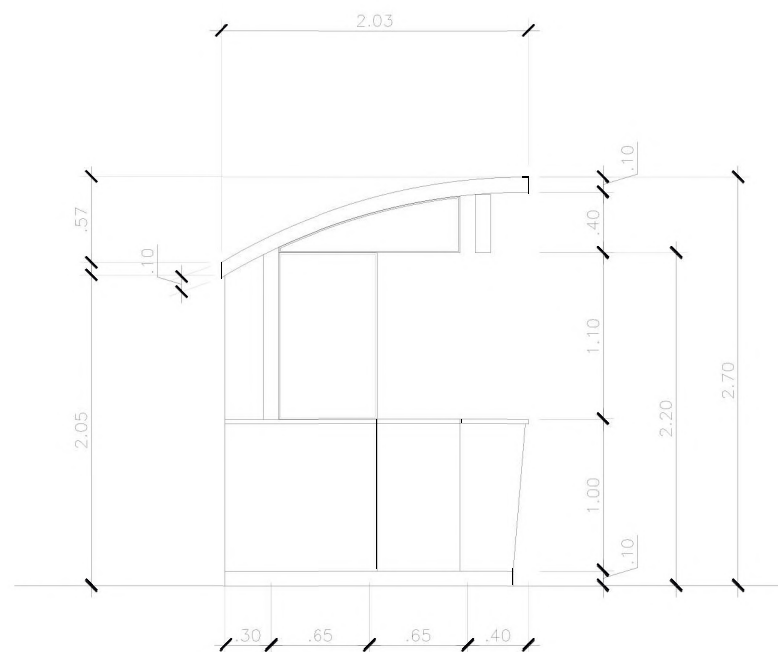
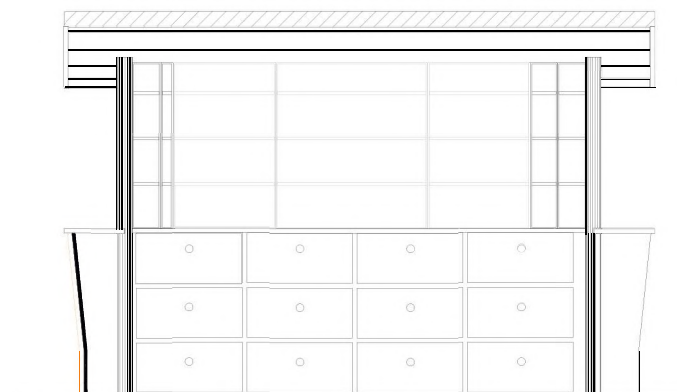
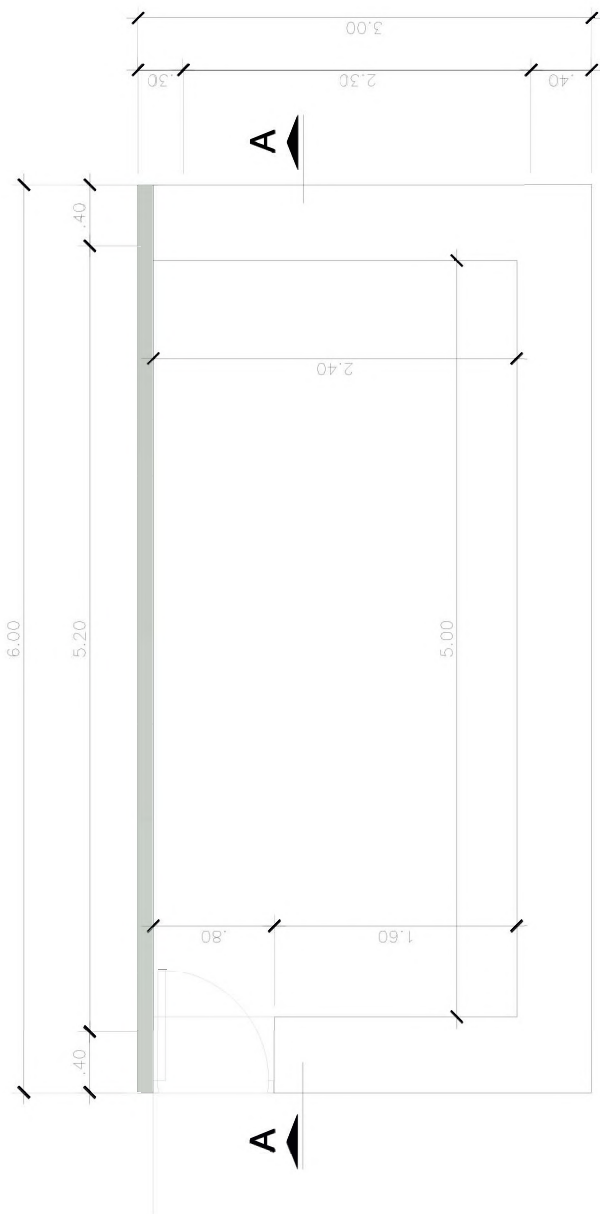
VIGA METÁLICA IP

COLUMNA TUBULAR



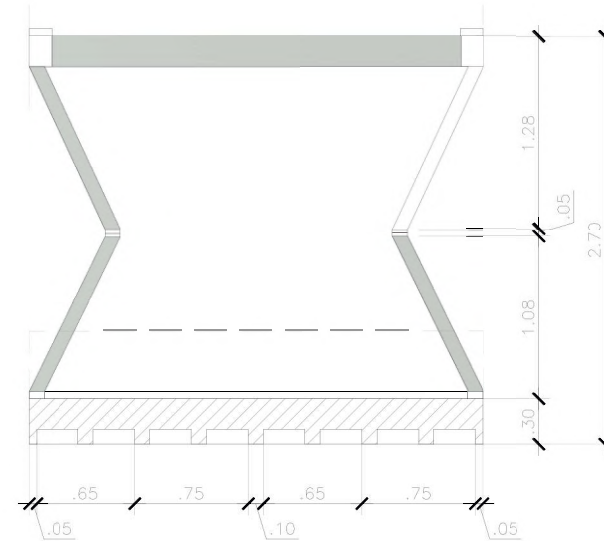
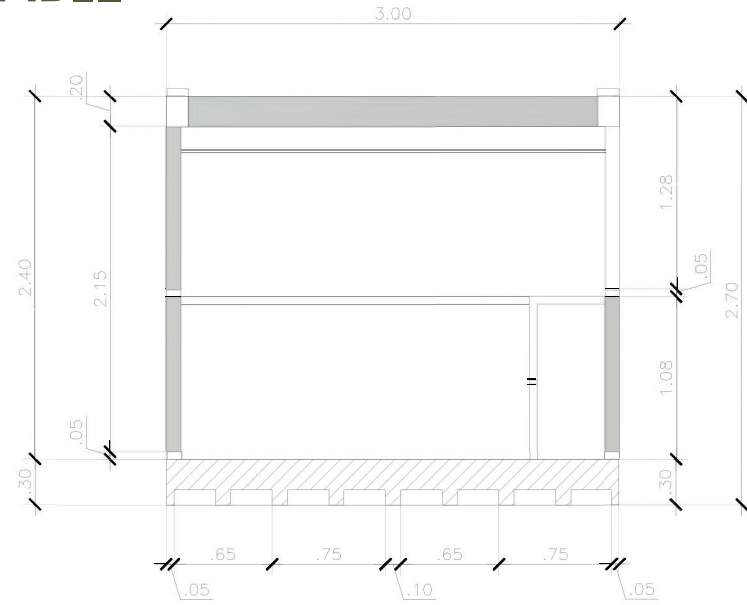
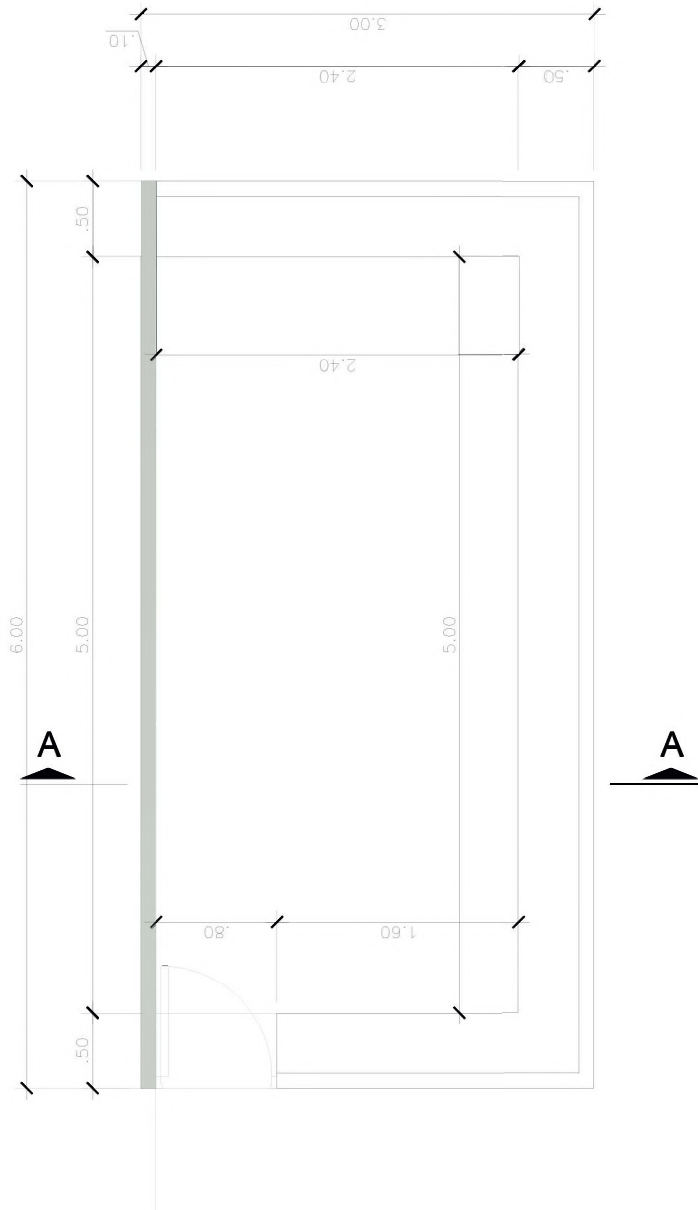
DETALLE MODULO COMERCIAL

ESC: 1/50



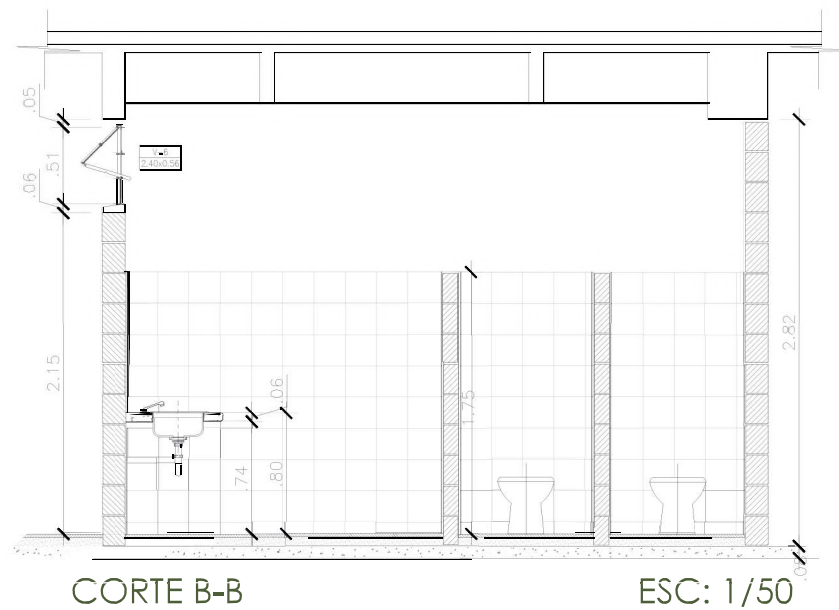
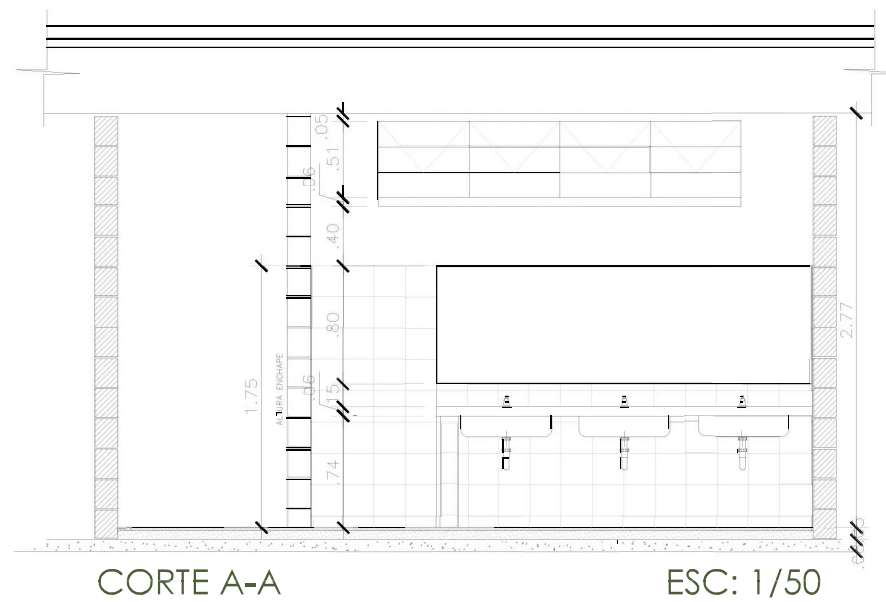
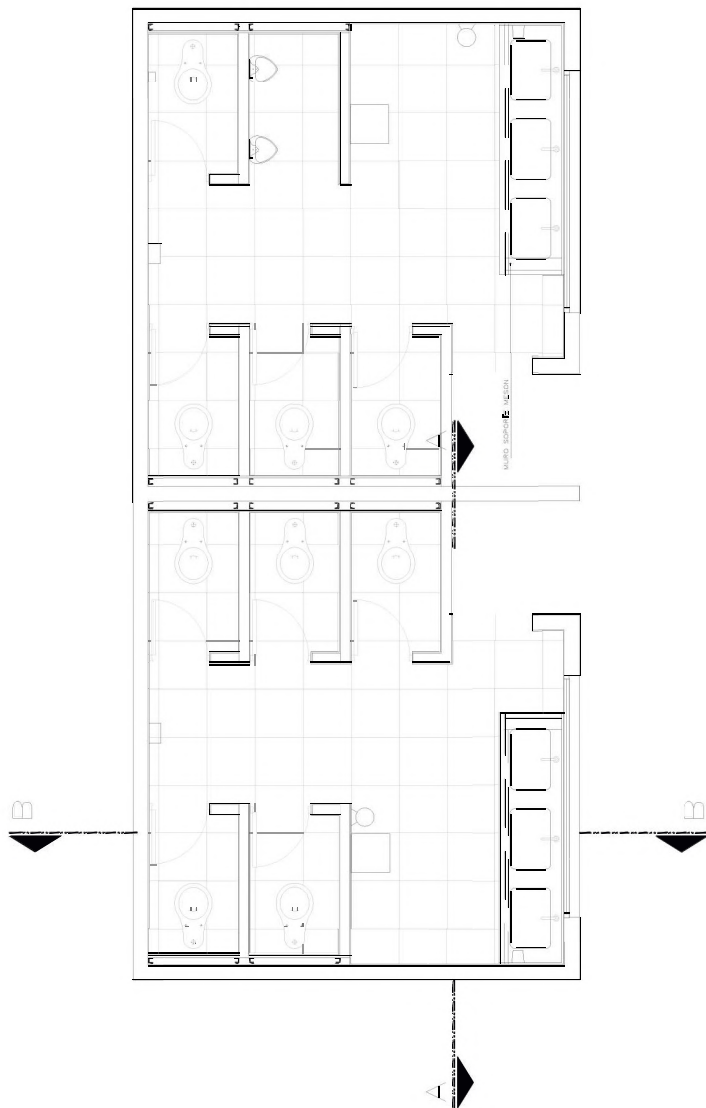
DETALLE MODULO COMERCIAL PLEGABLE

ESC: 1/50



DETALLE BAÑOS

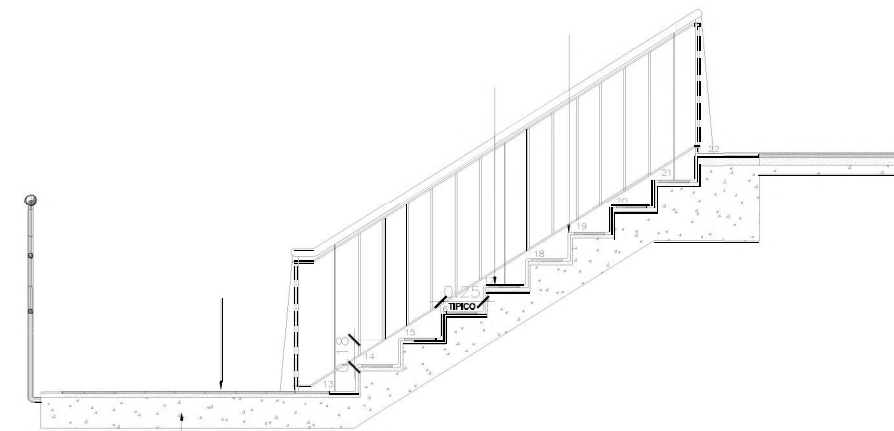
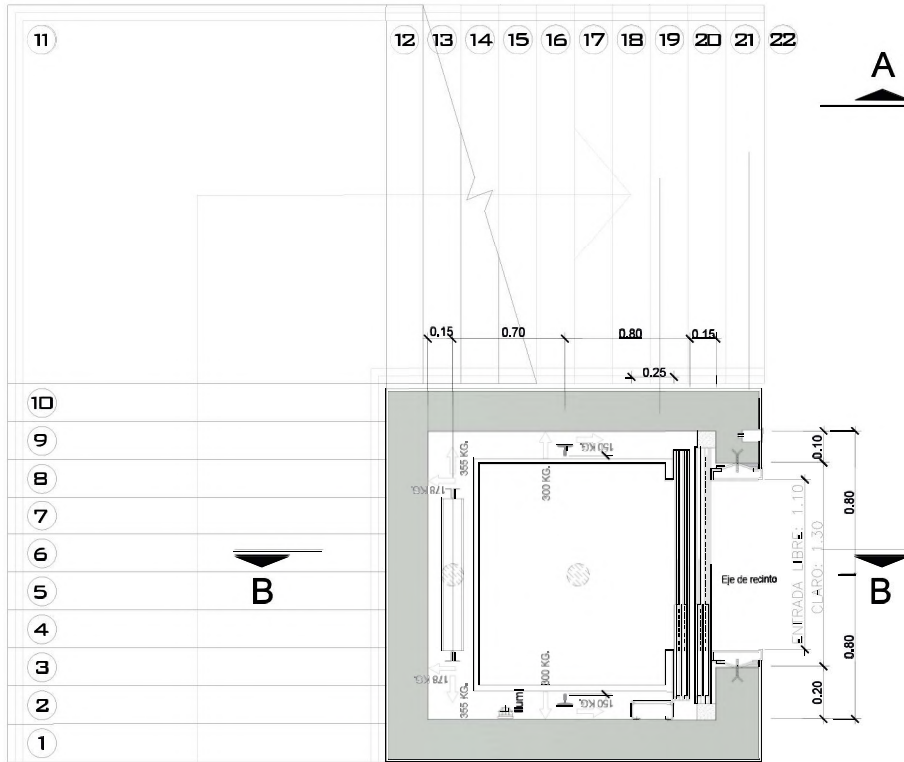
ESC: 1/75



DETALLE PUNTO FIJO

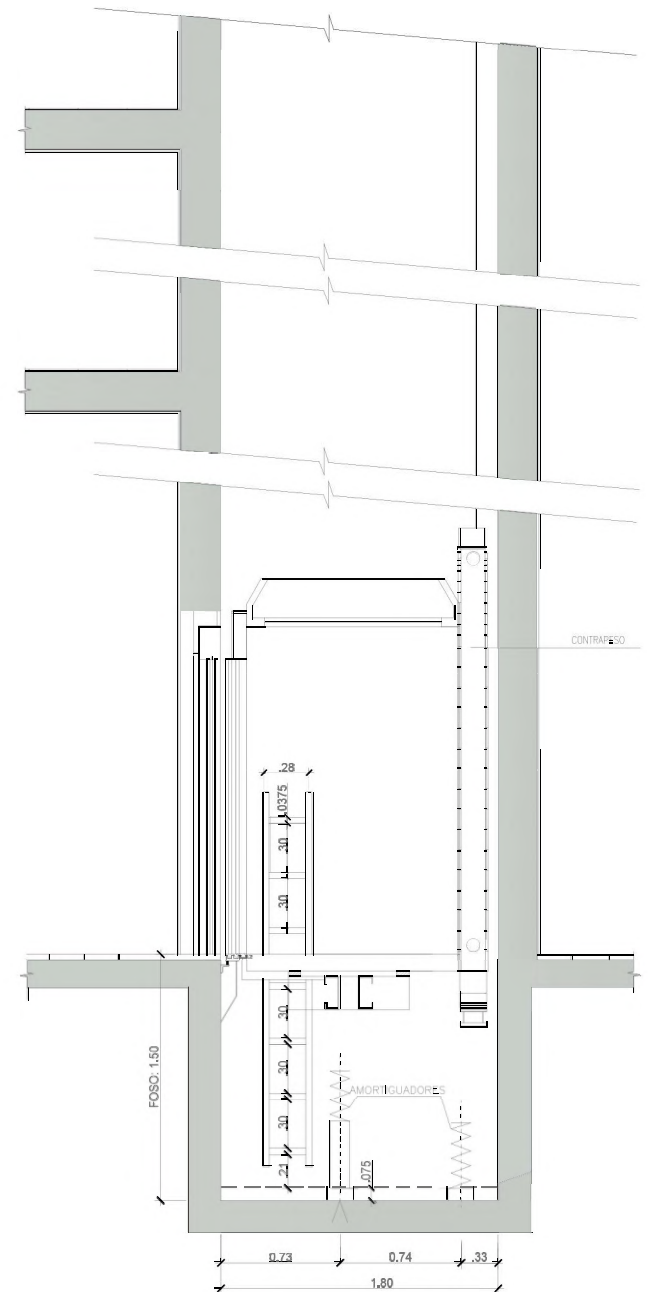
ESC: 1/50

A



CORTE A-A

ESC: 1/50



CORTE B-B

ESC: 1/100

IMÁGENES 360°



360° INGRESOS



360° CANCHA



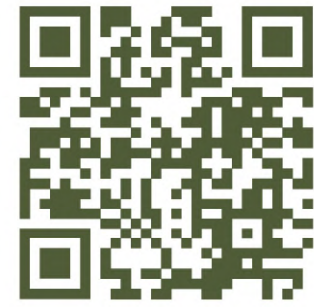
360° TEATRO AL
AIRE LIBRE



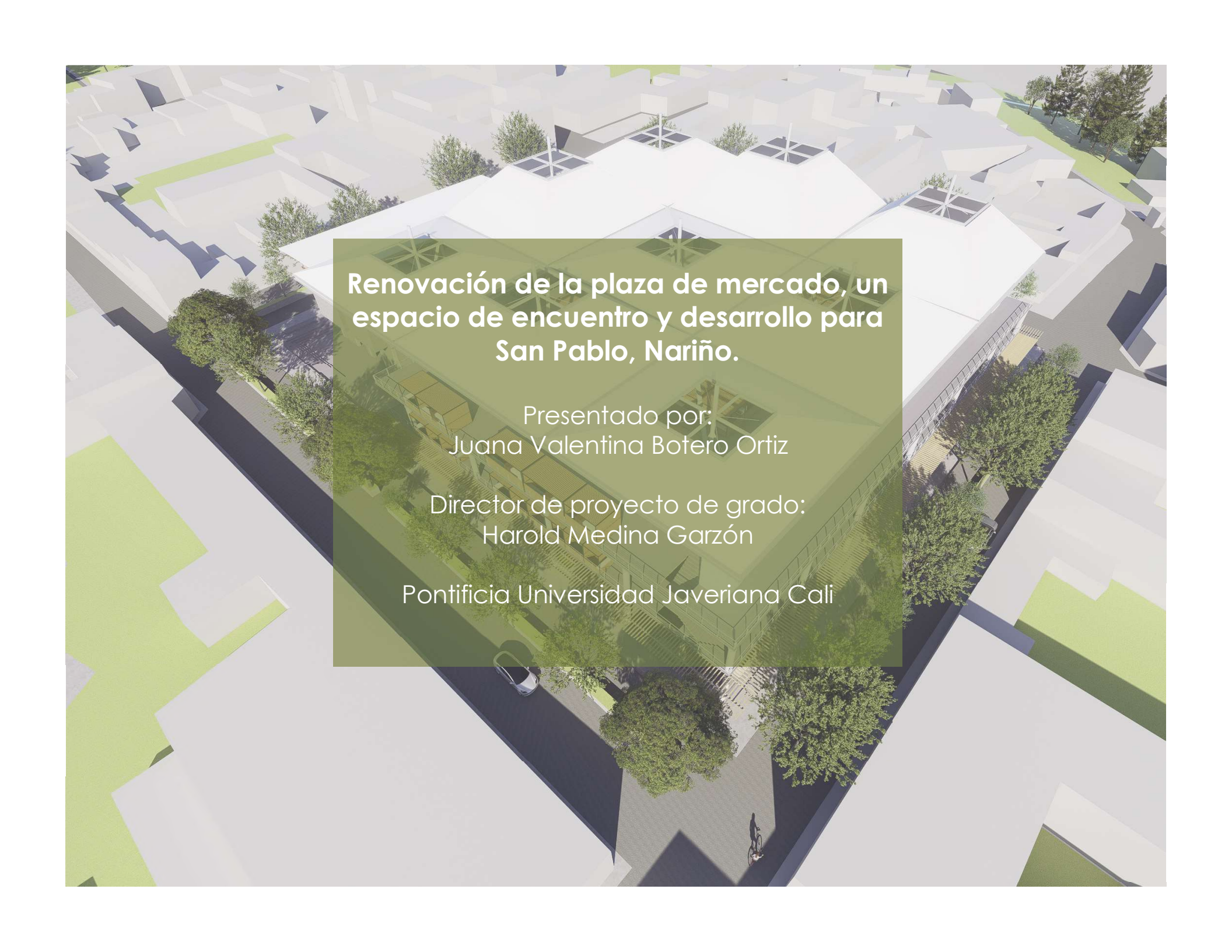
360° TERCER PISO



360° ESTRUCTURA



360° PLAZOLETA
DE GALERÍA



Renovación de la plaza de mercado, un espacio de encuentro y desarrollo para San Pablo, Nariño.

Presentado por:
Juana Valentina Botero Ortiz

Director de proyecto de grado:
Harold Medina Garzón

Pontificia Universidad Javeriana Cali