

RECONFIGURACIÓN DEL EQUIPAMIENTO URBANO
LA NUEVA PLAZA DE MERCADO EN VILLETA CUNDINAMARCA

Wilmar Alberto Sierra Guarguati

Hanz Zapata Rodríguez.



UNIVERSIDAD
La Gran Colombia

Universidad La Gran Colombia

Facultad de Arquitectura

2017

Bogotá

RECONFIGURACIÓN DEL EQUIPAMIENTO URBANO
LA NUEVA PLAZA DE MERCADO EN VILLETA CUNDINAMARCA

Wilmar Alberto Sierra Guarguati

Hanz Zapata Rodríguez

Tesis o trabajo de investigación presentada(o) como requisito parcial para optar al título de:
Arquitecto

Director:

Arq. David Esteban Macías Rubio

Línea de investigación:

HABITAT SOCIO- CULTURAL

Categoría

Diseño Arquitectónico



Universidad La Gran Colombia

Facultad de Arquitectura

2017

Bogotá

TABLA DE CONTENIDO

Resumen.....	6
Abstract.....	6
1. Introducción.....	7
2. Planteamiento del Problema.....	8
3. Justificación.....	10
4. Hipótesis.....	12
5. Objetivos.....	13
5.1. Objetivo General.....	13
5.2. Objetivos Específicos.....	13
6. Marcos.....	15
6.1. Marco Histórico.....	15
6.2. Marco Normativo.....	17
6.3. Marco de Referencial.....	18
6.4. Marco Conceptual.....	22
7. Metodología de Estudio.....	24
7.1. Análisis Histórico de las plazas de mercado.....	26
7.1.2. Tipologías desarrolladas a través de la historia.....	30
7.2. Ubicación geográfica.....	31
7.3. Contexto Urbano.....	32
7.4. Diagnostico Físico.....	34
7.4.1. Estructura Ecológica.....	34
7.4.2. Usos del suelo.....	35
7.4.3 Sistema Vial.....	36
7.5. Análisis arquitectónico.....	37
7.5.1. Análisis plaza de mercado.....	37
7.5.2. Análisis predios contiguos a la plaza de mercado.....	39
8. Propuesta de Intervención.....	41
8.1. Planimetría propuesta Arquitectónica.....	45
8.2. Cuadro de áreas e índices.....	48
8.3. Propuesta espacio público Plaza de Mercado.....	49
8.4. Propuesta de fachadas.....	50
8.5 Análisis de circulaciones propuesta plaza de mercado.....	51
8.6 Análisis de propuesta de cubierta.....	53
8.7 Propuesta final de cubierta.....	55
8.8 Propuesta volumétrica.....	57
9. Conclusiones.....	61
10. Recomendaciones.....	62

11. Referencias	63
12. Anexos	65

TABLA DE FIGURAS

FIGURA 1.FOTOGRAFÍA MERCADO CENTRAL DE SANTIAGO DE CHILE.....	19
FIGURA 2. FOTOGRAFÍA MERCADO CENTRAL DE SANTIAGO DE CHILE	19
FIGURA 3. FOTOGRAFÍA MERCADO SANTA CATARINA BARCELONA - ESPAÑA.	20
FIGURA 4. FOTOGRAFÍA MERCADO SANTA CATARINA BARCELONA - ESPAÑA.....	20
FIGURA 5. FOTOGRAFÍA PLAZA DE MERCADO 9 DE OCTUBRE, CUENCA-ECUADOR	21
FIGURA 6.FOTOGRAFÍA PLAZA DE MERCADO 9 DE OCTUBRE, CUENCA-ECUADOR	21
FIGURA 7. FOTOGRAFÍA PLAZA DE MERCADO 9 DE OCTUBRE, CUENCA-ECUADOR	21
FIGURA 8. ESQUEMA DE ELABORACIÓN PROPIA, INTERPRETACIÓN DISEÑO METODOLÓGICO.....	25
FIGURA 9. IMAGEN MODIFICADA DE ELABORACIÓN PROPIA, ANÁLISIS FORO ROMANO.....	26
FIGURA 10.IMAGEN MODIFICADA DE ELABORACIÓN PROPIA, ANÁLISIS LA PLAZA EN LA EDAD MEDIA.	28
FIGURA 11. ESQUEMA DE ELABORACIÓN PROPIA, BASADA EN EL ANÁLISIS HISTÓRICO ESPACIAL DE LAS PLAZAS DE MERCADO.	30
FIGURA 12. IMAGEN DE ELABORACIÓN PROPIA, UBICACIÓN GEOGRÁFICA MUNICIPIO DE VILLETA – CUNDINAMARCA.....	31
FIGURA 13.IMAGEN DE ELABORACIÓN PROPIA, IMAGEN MODIFICADA, DEL PBOT DE VILLETA – CUNDINAMARCA.....	32
FIGURA 14. IMAGEN DE ELABORACIÓN PROPIA, A PARTIR DEL PBOT. ESTRUCTURA ECOLÓGICA ..	34
FIGURA 15.IMAGEN DE ELABORACIÓN PROPIA A PARTIR DEL PBOT. USOS DEL SUELO.	35
FIGURA 16. IMAGEN DE ELABORACIÓN PROPIA A PARTIR DEL PBOT. SISTEMA VIAL.....	36
FIGURA 17.IMAGEN DE ELABORACIÓN PROPIA ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO PLAZA DE MERCADO. .	38
FIGURA 18. IMAGEN DE ELABORACIÓN PROPIA ANÁLISIS PREDIAL	39
FIGURA 19.IMAGEN DE ELABORACIÓN PROPIA. UBICACIÓN PLAZA DE MERCADO Y MANZANAS CONTIGUAS A LA PLAZA DE MERCADO.....	41
FIGURA 20.IMAGEN DE ELABORACIÓN PROPIA ANÁLISIS NOLLI.....	42
FIGURA 21. IMAGEN DE ELABORACIÓN PROPIA ZONAS CONEXIÓN ESPACIAL PLAZA DE MERCADO Y PLAZA MAYOR.....	42
FIGURA 22 ESQUEMA DE ZONIFICACIÓN PLAZA DE MERCADO PRIMER PISO.....	43
FIGURA 23. ESQUEMA DE ZONIFICACIÓN PLAZA DE MERCADO SEGUNDO PISO	44
FIGURA 24.PLANO PROPUESTA ARQUITECTÓNICA PRIMERA PLANTA.....	45
FIGURA 25.PLANO PROPUESTA ARQUITECTÓNICA SEGUNDA PLANTA.....	46
FIGURA 26.PLANO PROPUESTA ARQUITECTÓNICA PLANTA DE SÓTANO	47
FIGURA 27.CUADRO DE ÁREAS E ÍNDICES	48
FIGURA 28.PLANO ESPACIO PÚBLICO	49
FIGURA 29.PROPUESTA DE FACHADAS	50

FIGURA 30.ESQUEMA DE RECORRIDOS	51
FIGURA 31.ESQUEMA DE RECORRIDOS	52
FIGURA 32. ESQUEMA DE RECORRIDOS	52
FIGURA 33.PROPUESTA DE CUBIERTAS	54
FIGURA 34.PROPUESTA FINAL DE CUBIERTA	55
FIGURA 35.ESQUEMA BIOCLIMÁTICO	56
FIGURA 36.CORTES.....	56
FIGURA 37. PROPUESTA VOLUMÉTRICA MAQUETA.....	57
FIGURA 38.PROPUESTA VOLUMÉTRICA MAQUETA.	58
FIGURA 39.MAQUETA URBANA DE LOCALIZACIÓN.....	59
FIGURA 40.PLANO DE LOCALIZACIÓN	59
FIGURA 41.ESTRUCTURA ARQUITECTÓNICA	60

TABLA DE ANEXOS

ANEXO A. FICHAS DE TRABAJO.	65
ANEXO B. PANEL PRELIMINAR 13 DE SEPTIEMBRE 2017.	69
ANEXO C. PANEL PRELIMINAR 21 DE OCTUBRE 2017.	70
ANEXO D. PANEL FINAL 7 DE DICIEMBRE DE 2017.	71

Resumen

Este trabajo propone desarrollar la nueva plaza del municipio de Villeta, a partir del concepto de la reconfiguración mediante el diseño arquitectónico con el propósito que esta sea un icono de identidad para los Villetanos. Para ello se identifican los actuales problemas, oportunidades y potencialidades de la plaza de mercado, su entorno con sus dinámicas socio-territoriales que lo enmarcan en una escala de impacto urbano, para cualificar su potencial espacial y la puesta a prueba en un escenario real. Este ejercicio permite además evaluar la aplicabilidad del concepto de reconfiguración en la interpretación y manejo de estos equipamientos urbanos que transforman la ciudad.

Palabras claves: plaza de mercado, reconfiguración, equipamiento urbano, diseño arquitectónico.

Abstract.

This work proposes to develop the new town square of Villeta, based on the concept of reconfiguration through architectural design with the purpose that this is an identity icon for the Villetanos.

In order to do so, the current problems, opportunities and potentialities of the market place, its environment with its socio-territorial dynamics are identified, that frame it in an urban impact scale, to qualify its spatial potential and put it to the test in a real scenario. This exercise also allows evaluating the applicability of the concept of reconfiguration in the interpretation and management of these urban facilities that transform the city.

Keywords: market places, reconfiguration, urban equipment, architectural design

1. Introducción.

El presente proyecto de grado se enmarca dentro de la línea de investigación de hábitat socio cultural, en la categoría de diseño arquitectónico, que tiene como objetivo reconfigurar el equipamiento urbano, específicamente la plaza de mercado del municipio de Villeta. Esto surge a partir del interés en conocer el fenómeno de las plazas de mercado como parte de un hecho urbano y arquitectónico presentes en la evolución de las ciudades y su transición de espacio abierto a conjunto de edificios.

Se ha tomado como caso de estudio la plaza del municipio de Villeta Cundinamarca dada su importancia regional e histórica como centro territorial de la provincia de Gualivá en Cundinamarca. A partir de este hecho la investigación se centra en el análisis de la influencia que ejerce la plaza de mercado en su entorno y como contribuye a la configuración de centralidad urbana. Así mismo se determina cuáles son los problemas y potencialidades que tiene la plaza de mercado en la transformación urbana del municipio, considerando el planteamiento desde el diseño arquitectónico y este a su vez como se reconfigura el espacio del entorno inmediato como estrategia urbana que fortalece la actividad comercial de los múltiples productos agrícolas y la identidad cultural de los Villetanos.

Es por ello que con la transformación del espacio arquitectónico y público, se logra mejorar las condiciones sociales de los trabajadores, comerciantes y visitantes de la plaza de mercado, evitando el surgimiento de mercados emergentes que por ser atractivos a los compradores desplaza y deteriora la plaza de mercado, siendo esta centro de tradiciones culturales y folclóricas.

2. Planteamiento del Problema.

Las plazas de mercado son un tipo de equipamiento urbano que ha influido en la transformación de las áreas urbanas. Para Baquero, las ciudades en Colombia están sufriendo un álgido problema y es el del insuficiente y obsoleto aprovisionamiento de alimentos, situación que viene a causar efectos negativos en los campos económicos, sociales, higiénicos y culturales. (Baquero, 2011, p. 8).

Un estudio realizado en el año 2008 por el IPES, (Instituto para la Economía Social), en las aproximadamente 800 plazas de mercado que existen en el país, 750 son ineficientes, inadecuadas, **mal diseñadas**, mal localizadas, pequeñas o demasiado grandes, en relación con el tamaño de la población. Este es apenas parte del diagnóstico, donde de no buscarse soluciones adecuadas, estos sitios tradicionales de distribución de alimentos, donde se teje la historia de muchas personas, desaparecerán en un futuro no muy lejano.

Las plazas de mercado han decaído debido a la falta de políticas públicas y al descuido administrativo. La generación de un nuevo modelo de abastecimiento más atractivo para la población, donde la confluencia de servicios, la accesibilidad en el transporte y la novedad de los nuevos nodos comerciales atrajeron a la población, y por ello se desplazó el concepto de la plaza de mercado de lugar para el encuentro social y con valor histórico a un espacio donde predomina el deterioro espacial y de uso exclusivo para las personas de bajos recursos económicos.

Problemática que se ve reflejada en el municipio de Villeta, donde la plaza de mercado actual presenta una infraestructura física inadecuada para el desarrollo de la actividad comercial. Esto conlleva a que se presenten problemas ambientales que impiden se cumplan las normas de

saneamiento básico, invasión del espacio público, deterioro en el entorno urbano, problemas de movilidad y déficit de estacionamientos vehiculares e ineficiencia en zonas de cargue y descargue.

Todo lo anterior afecta el valor de identidad y cultura que representa la plaza de mercado como hecho urbano arquitectónico.

3. Justificación

La presente investigación analiza el problema de las plazas de mercado, específicamente la plaza de mercado del municipio de Villeta y como ésta afecta su entorno inmediato.

Villeta por ser capital de la provincia de Gualivá, tiene una importancia regional en el acopio y distribución de productos agrícolas, siendo el único municipio que cuenta con una plaza de mercado como central de abastecimiento. El municipio de Villeta adquiere importancia económica debido a su cercanía con Bogotá y que desde allí hoy día empieza la vía ruta del sol, lo que permite una gran movilidad de mercancías y productos agrícolas, desde el interior hacia el norte del país, siendo Villeta un paso obligado para todo tipo de productos.

La plaza de mercado del municipio de Villeta, se ha desarrollado a partir del planeamiento del abastecimiento, la cual ha contribuido en la interacción social, económica y el crecimiento de la actividad comercial.

La disposición de la plaza de mercado ha mantenido una fuerte influencia en la dinámica de núcleos comerciales entorno a la plaza, causando impacto en la transformación urbana y en el espacio público. Estas transformaciones que sean generado a partir de la actividad del comercio, han deteriorado el centro urbano del municipio y el entorno inmediato de la plaza de mercado causando decaimiento y el deterioro de la misma.

La investigación busca dar solución al problema específico de la plaza de mercado del municipio de Villeta, reconfigurar la plaza de mercado como hecho arquitectónico rescatando las actividades socio-culturales, ambientales y potencializar la fuerte influencia de la actividad del comercio, orientando el mejoramiento del entorno urbano inmediato, para que se integre el

espacio arquitectónico de la plaza con el espacio público como estrategia social, estética, económica y cultural, donde se brinde una respuesta a una sociedad justa, sostenible, solidaria, incluyente, democrática y respetuosa.

4. Hipótesis.

La reconfiguración espacial del equipamiento urbano, permite potencializar la plaza de mercado del municipio de Villeta, las actividades comerciales y las áreas aferentes, fomentando la apropiación de los espacios arquitectónicos y públicos como reactivación del equipamiento y su entorno urbano.

5. Objetivos.

5.1. **Objetivo General.**

Reconfigurar la nueva plaza de mercado del municipio de Villeta como hecho arquitectónico y cultural, a través de una estrategia urbana que transforme la actividad comercial del entorno inmediato, potencializando la integración socio territorial.

5.2. Objetivos Específicos.

- Diseñar la nueva plaza de mercado, para transformar un área urbana de actividad comercial y turística, con el fin de contribuir en el mejoramiento urbano del centro del municipio.
- Implementar la estrategia de articulación urbana como mecanismo de conexión espacio público entre la plaza principal fundacional y la plaza de mercado edificada, incentivando oportunidades comerciales y turísticas
- Analizar la actividad comercial de la plaza de mercado y su entorno, con el fin de generar espacios sociales y culturales que le permitan a la población la apropiación de los mismos.
- Proyectar un equipamiento urbano teniendo en cuenta los parámetros ambientales, bioclimáticos y de sanidad.

- Generar desde el diseño arquitectónico estrategias de usos mixtos, donde se pueda relacionar, comercializar y vender productos asociados a las dinámicas del comercio.
- Conceptualizar a través del diseño analogías arquitectónicas que conviertan la plaza en un nuevo icono arquitectónico visto desde lo técnico, lo estético y lo funcional.
- Organizar la movilidad vehicular con una estrategia de cargué y descargué, con vías de movilidad restringida, reduciendo el tráfico vehicular por la actividad del comercio.

6. Marcos

A continuación se determinan cuatro marcos que sustentan esta investigación. En primera instancia se relaciona el marco Histórico del municipio de Villeta, seguido a ello el Marco Normativo que evidencia los aspectos legales y administrativos que determinan las plazas de mercado en Colombia. Así mismo fue necesario analizar un Marco Referencial estudiando los modelos de las plazas de mercado que por su importancia urbana y arquitectónica que han permitido la reconfiguración de diferentes contextos socio territoriales. Por ultimo sea planteado un Marco Conceptual que permite generar identidad al proyecto y lo enmarca como nuevo símbolo urbano.

6.1. Marco Histórico

De acuerdo a la página Web oficial de la alcaldía de Villeta; se fundó el 29 de Septiembre de 1551 con el nombre de Villeta de San Miguel. Sus fundadores fueron Don Alonso de Olalla y Don Hernando de Alcocer. Estos dos personajes fueron comisionados por Don Gonzalo Jiménez de Quezada para que intentaran someter a los Indios Panches, nativos, guerreros y antropófagos, habitantes de esta región, entre los que se contaban las tribus Tobia (Canasta), Cune, Namay, Maní (Oro ajeno) y Chapaima.

Como antecedente agrícola; Don Hernando de Alcocer trajo la semilla de caña y la cultivó beneficiándola luego en rústicos trapiches de madera y de piedra. Posteriormente, en 1816 llegó a Colombia Don Guillermo Wills y se consagró a sembrar caña científicamente y a

beneficiarla en el primer trapiche movido por agua que se instaló en el país. Este Geólogo de Oxford se dedicó también a la industria del aguardiente.

En 1552 se construyó la primera Iglesia dando así comienzo a la historia eclesiástica de Villeta a donde fueron enviadas tres comunidades: la Franciscana, la Agustina y la Dominica para catequizar a los indios. En 1589 se desató la primera epidemia de viruela que por poco devasta a los indios. Por la misma época el gobierno de Villeta estableció el famoso suplicio en la plaza mayor, llamado "El Rollo " que consistía en una columna de piedra en donde se azotaba a los deudores morosos y se ajusticiaba a los malhechores.

En 1815 el Libertador Simón Bolívar llegó a Villeta con 2.000 hombres en su viaje de liberación a Santa Marta.

En 1828 se construyó un acueducto de tanque subterráneo que ayudó a solucionar los problemas sanitarios de la época, el cual sirvió hasta 1898 cuando se construyó el Acueducto que aún subsiste mediante la Ordenanza No 27.

Alcaldía de Villeta- Cundinamarca. (12 de Septiembre de 2016). Obtenido de <http://www.villeta-cundinamarca.gov.co/Paginas/default.aspx>

En 1886 por Decreto No 53 fue creado el Círculo Notarial de Villeta, el Gobernador del Distrito Federal la señala como cabecera del octavo Departamento con Capital Villeta. Poco después, en 1888 se produjo un incendio que destruyó parte de la población. En Julio 28 de 1928 la Compañía Alemana Philip Holzmann construyó el tramo de ferrocarril que va entre Albán, Villeta y Cambras cuyo trazado fue ejecutado por el Ingeniero Paulo Pinzón.

Villeta de San Miguel en 1951 se conforma como una villa de escala y descanso para los viajeros que transitaban hacia Honda, uniendo a Santafé con Honda

ACOSTA de Samper, Soledad. (1833-1913). Biografías de hombres ilustres o notables relativas a la época del descubrimiento, conquista y colonización de la parte de América denominada actualmente EE.UU de Colombia. Biblioteca Virtual Luis Ángel Arango. Recuperado de <http://banrepcultural.org>.

6.2.Marco Normativo

A continuación se determina las normas ya establecidas por organismos gubernamentales, para el manejo y control de las plazas de mercado, que sustentan y dan soporte a los parámetros del tema de investigación.

Es importante resaltar que la intervención de este tipo de infraestructura es responsabilidad de la administración municipal, considerando lo señalado en el Artículo 76 de la Ley 715 de 2001, donde se establece que corresponde a los municipios, directa o indirectamente, con recursos propios, del Sistema General de Participaciones u otros recursos, promover, financiar o cofinanciar proyectos de interés municipal y en especial en material de equipamiento municipal, la responsabilidad de construir, ampliar y mantener la infraestructura del edificio de la plaza de mercado, cuando sean de su propiedad.

Para la construcción de plazas de mercado se deben seguir los lineamientos determinados en el Decreto 3075 de 1997, en el cual se establecen las disposiciones de orden público que regulan todas las actividades que puedan generar factores de riesgo por el consumo de alimentos, reglamentando la Ley 9 de 1997 donde se dictan las medidas sanitarias y buenas prácticas de

manejo de los alimentos. Por ello, se debe tener en cuenta esta última reglamentación para la adecuada comercialización de los alimentos.

Actualmente, el plan maestro de abastecimiento y seguridad alimentaria (Decreto 315 del 2006) ha propuesto resolver la problemática en la escala metropolitana, ha determinado una organización logística en la distribución y articulación entre plazas de mercado en forma de red, donde cada plaza de mercado es un punto y debe ser intervenido en su edificación y su predio para mitigar impactos por medio del plan de regulación y manejo.

6.3. Marco de Referencial.

En Colombia el mercado ha sido manejado en forma empírica, casi sin tecnología, debido fundamentalmente a los siguientes factores: La topografía colombiana, que dificulta las comunicaciones y hace muy complicado el establecimiento de una red de distribución adecuada. La urbanización acelerada que ha vivido Colombia en los últimos años, que se ha dado casi sin planeación, debido a factores de violencia y falta de recursos para el desarrollo adecuado del campo, así como la deficiencia en la infraestructura vial que dificulta la comercialización agrícola. Areiza, V, 2006.

Lo anterior debe llevar a los comercializadores agrícolas pensar en implementar mecanismos para modernizar, movilizar, comercializar y manejar adecuadamente los mercados globales que les brindan múltiples oportunidades y al tiempo se convierten en oportunidades de desarrollo.

Se estudiarán como referentes los casos de plazas de mercado de ciudades que para objeto de esta investigación sirvieron de referente urbano arquitectónico, debido a la similitud de las

dinámicas socio-territoriales, y que con el paso del tiempo han necesitado procesos de cambio cuya finalidad fue rehabilitar, regenerar y transformar.

Mercado central de Santiago de Chile (Chile)

El Mercado Central de Santiago se encuentra dentro de la comuna de Santiago, en el centro histórico de la capital chilena, entre las calles Ismael Valdés Vergara, 21 de Mayo, San Pablo y Puente. El edificio se comenzó a construir en 1869 y fue inaugurado el 23 de agosto de 1872, hace 144 años. Fue declarado Monumento Histórico el 15 de junio de 1984 e integra el circuito Santiago patrimonial de la Ruta Capital, se ha catalogado como el quinto mejor mercado del mundo.

El mercado central, cuenta con 241 locales, entre ellos, pescaderías, puestos artesanales, carnicerías, queserías, abarrotes, botillerías, hierbería y panadería, trabajan alrededor de 800 personas que le dan vida a este espacio, haciéndolo llamativo tanto para el turista y como para el chileno. (Tomado de la revista National Geographic, 2012 vol. 2)



[Figura 1. Fotografía mercado central de Santiago de Chile.](#)



[Figura 2. Fotografía mercado central de Santiago de Chile](#)

Fuente: <http://santiagounlugarconhistoria.blogspot.com.co/p/mercado-central.html>

El mercado central de Santiago de Chile, es de importancia por su valor patrimonial, como símbolo de identidad cultural y gastronómica. A partir de la centralidad del mercado, sea conservado el centro histórico de Santiago de Chile, revitalizando el espacio público y los edificios contiguos al mercado.

Mercado Santa Catarina (Barcelona, España)

Este fue el primer mercado cubierto de la ciudad, inaugurado el año 1848. Su historia empieza con el derribo del convento de Santa Caterina, cuyos terrenos fueron concedidos al ayuntamiento de la ciudad para levantar el mercado.

El mercado forma parte del conjunto de rehabilitaciones que realiza el Instituto de Mercados de Barcelona, se encuentra en el distrito de Ciutat Vella sobre la avenida Francesc Cambó formando parte de la intervención urbana de rehabilitación de la zona.



[Figura 3. Fotografía mercado santa Catarina Barcelona - España.](#)



[Figura 4. Fotografía mercado santa Catarina Barcelona - España](#)

Fuente: http://es.barcelona.com/directorio_de_barcelona/monumentos/mercat_santa_caterina

La esencia de este proyecto se basa en el diseño de su cubierta, la cual parte de la metáfora de un inmenso mar coloreado por el recuerdo de frutas y verduras, es una propuesta de

revitalización sobre el tejido urbano y juega un importante papel en la recuperación urbanística del sector contiguo al mercado.

Plaza de mercado 9 de Octubre (Cuenca Ecuador)

El Mercado 9 de Octubre está ubicado en el centro histórico de la ciudad, entre las calles Mariscal Lamar y Hermano Miguel. El edificio fue construido a principio de los años 30 del siglo pasado, y recoge los rasgos y características de la arquitectura de la época en la ciudad.

La presencia del mercado generó un cambio del uso de suelo en las construcciones circundantes. Tiendas y bodegas, consignaciones y abacerías fueron estableciéndose afirmando una tendencia hacia la actividad comercial del sector.

El inmueble donde funciona el mercado ha permanecido inalterado hasta la actualidad. Sin embargo, la presencia de casetas de venta exterior y las baterías higiénicas ubicadas próximas a la plaza deterioraban la imagen del mercado.

(Tomado de Albornoz; Boriz 2015)



[Figura 6. Fotografía plaza de mercado 9 de Octubre, Cuenca-Ecuador](#)



[Figura 7. fotografía plaza de mercado 9 de Octubre, Cuenca-Ecuador](#)



[Figura 5. Fotografía plaza de mercado 9 de Octubre, Cuenca-Ecuador](#)

El mercado 9 de Octubre es una rehabilitación, donde se mantiene el antiguo edificio con su uso original, mejorando las condiciones de venta para los comerciantes, la higiene, seguridad e infraestructura. El interior del mercado estaba concebido originalmente en un nivel, con la intervención se crean tres niveles, ampliando el área y permitiendo albergar de manera ordenada a todos los comerciantes. Los espacios exteriores del mercado quedan liberados y constituyen espacios públicos de calidad para el disfrute de la ciudadanía. La regeneración urbana cambio el aspecto de la ciudad y le devuelve al habitante su espacio, sitios de libre tránsito, seguridad, generando sentido de pertenecía.

El proyecto integra el mercado con la plaza Rotary, a través de un recorrido peatonal y una plaza central se convierte en el espacio de confluencia y espera de los compradores.

6.4. Marco Conceptual.

“La Polivalencia es un atributo que permite la multifuncionalidad y la adaptación en la que el usuario participa proponiendo un uso según le convenga, apropiándose así de esta Arquitectura, haciendo de ella su hogar, su patrimonio y además su estabilidad.”

Carli, C. 1976, La Polivalencia, Sus leyes y su Aplicación en la Arquitectura).

La Arquitectura Polivalente, admite la creación de espacios multifuncionales que posibilitan la apropiación del espacio, proporcionando cierto grado de libertad y adaptabilidad a los cambios, orientándola a la sustentabilidad, facultando así el óptimo desarrollo del habitante y el entorno. La Polivalencia, es un concepto desarrollado recientemente y dice que un objeto

arquitectónico es polivalente cuando aumentan sus funciones útiles ofreciendo mayores servicios, pero la Polivalencia va más allá de la beneficencia económica, pretende contribuir socialmente al permitir que los usuarios disfruten de espacios flexibles en los que se puedan desarrollarse libremente al proponer funciones dependiendo de sus necesidades, habitando espacios multifuncionales que se adaptan a ellos y no rígidos que los condicionen a un solo uso.

Las plazas de mercado son centros activos de comercio, de encuentro entre los productores y los comerciantes, pero también entre el campo y la ciudad, son espacios para el intercambio comercial y cultural, las plazas de mercado tienen un sin número de cualidades y beneficios que hacen de ellas lugares flexibles y adaptables; desde la antropología los lugares de mercado son aquellos donde se intercambian no sólo productos, sino también informaciones de todo tipo y donde se establecen y renuevan lazos personales y grupales.

Según afirma Rem Koolhaas:

“la flexibilidad no es la anticipación exhaustiva a todos los cambios posibles. Muchos cambios son impredecibles. La flexibilidad es la creación de una capacidad de amplio margen que permita diferentes e incluso opuestas interpretaciones y usos.”

Sin duda alguna las plazas de mercado son lugares que permiten esa flexibilidad, se ha desarrollado desde la creación de las ciudades y el intercambio de productos entre pueblos, a partir del proceso de crecimiento del comercio, es así que la plaza de mercado se consolida como un equipamiento necesario para la vida de la ciudad, donde el mercado fue el punto de conexión directa entre dos tipos de grupos socioculturales, el ciudadano y el agricultor, como un ejemplo de adaptabilidad

7. Metodología de Estudio.

Esta investigación se plantea desde un enfoque cualitativo, debido a su categoría arquitectónica y valorización, dado a su origen a las cualidades y condiciones actuales de la plaza de mercado de Villeta y su entorno urbano.

La investigación es de carácter inductivo, porque nos permite, a partir de la observación del problema de la plaza de mercado del municipio de Villeta, generar o plantear posibles pronósticos de solución a este problema a través del trabajo de campo realizado y documentado con soportes fotográficos, y análisis del contexto de elaboración propia.

Por medio de la metodología de estudio, y de acuerdo a los autores tomados como base conceptual y teórica (Juan Carlos Pergolis y Álvaro Vélez) que se toma de base para la organización de la información desde lo histórico, arquitectónico y lo urbano para dar a conocer el estado actual de la plaza de mercado y su entorno urbano, buscando encontrar y entender los problemas, y a su vez buscar potencialidades y estrategias.

En el siguiente esquema se puede apreciar el análisis de estudio desde los diferentes factores históricos, urbanos y arquitectónicos las cuales determinan las fases a seguir para el desarrollo del proyecto.

CUADRO DE ESTUDIO METODOLÓGICO

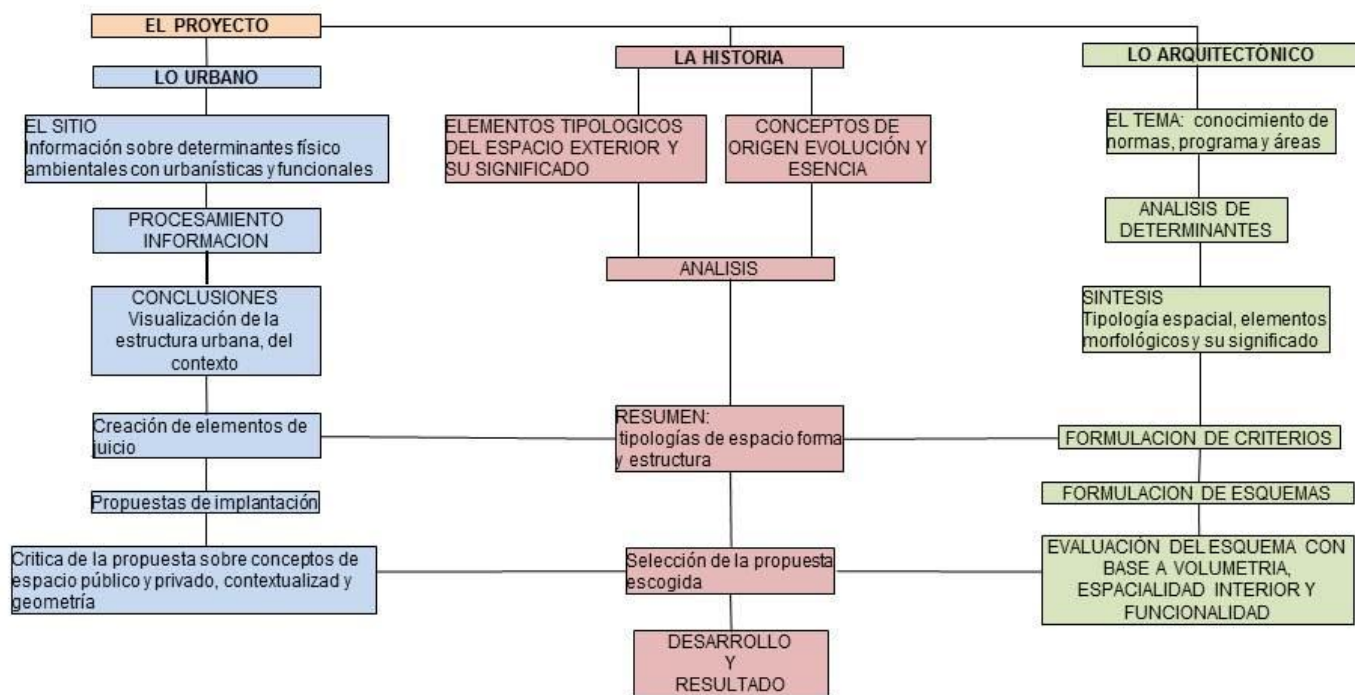


Figura 8. Esquema de elaboración propia, interpretación diseño metodológico.

7.1. Análisis Histórico de las plazas de mercado

Desarrollo histórico de las plazas de mercado.

Las plazas de mercado se ha desarrollado desde la creación de las ciudades y el intercambio de productos entre pueblos, como en el ágora era la zona de intercambio comercial y encuentro social de los griegos, los foros romanos eran el lugar donde se establecían los mercados como sectores para la toma de decisiones políticas; las plazas públicas y el mercado siempre estuvieron yuxtapuestas y por lo tanto, contribuyeron al desarrollo de la vida urbana a partir de su integración con el entorno.

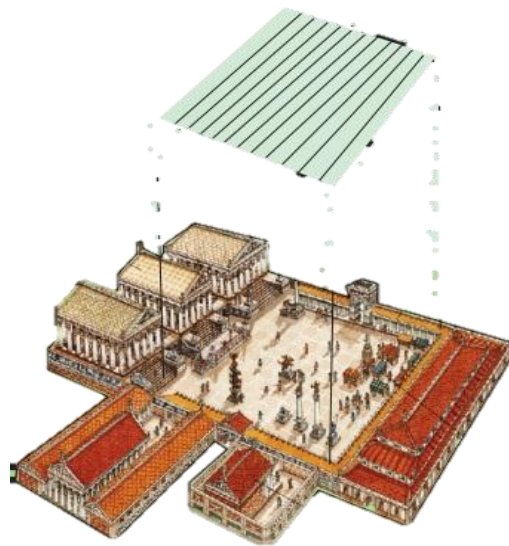
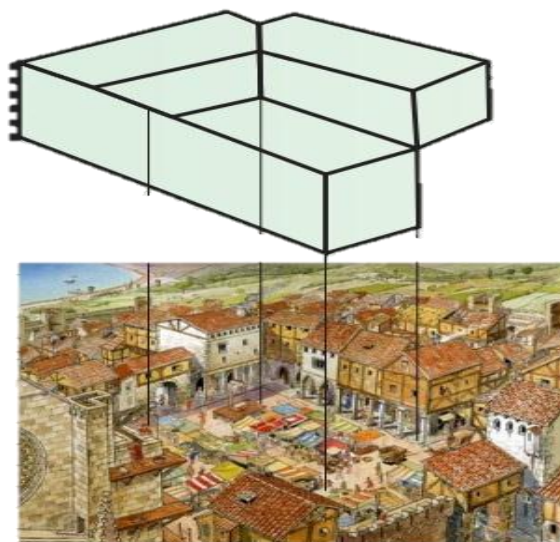


Figura 9. Imagen modificada de elaboración propia, análisis Foro Romano.

El mercado en la edad media

La ciudad medieval se caracteriza por la bipolaridad de la plaza del mercado y la plaza de la iglesia, aunque no entran en conflicto entre ellas, al ser una de ellas únicamente comercial y la otra solamente social.

La actividad comercial en el medioevo desarrolla las redes para el abastecimiento en la ciudad, a partir de la distribución y los procesos de compra-venta, donde la influencia del lugar de implantación de sus locales comerciales dependieron del tráfico e influencia poblacional, configurando un espacio de interacción e intercambio de servicios y convivencia entre los habitantes y viajeros de diferentes clases económicas. La actividad se desarrolla desde el espacio público hacia las construcciones adyacentes que caracterizan al sector por el nombre de las calles, la presencia del consejo de la ciudad y la iglesia como puntos de atracción para el desarrollo de servicios múltiples que consolidan el mercado. Todo el viario de la ciudad era un mercado, habiendo especialización gremial por zonas o calles (zapateros, plateros...). No obstante, la actividad comercial se intensificará en algunas plazas, porticadas, en las que podrán coincidir varios gremios, dando lugar a la plaza del mercado.



[Figura 10. Imagen modificada de elaboración propia, análisis la plaza en la edad media.](#)

Las plazas de mercado en la colonia y la república en el contexto nacional.

El comercio se desarrolló a partir del abastecimiento de la ciudad antes de la independencia, durante el periodo de 1700 a 1800, época en que la configuración de las redes comerciales y la integración entre las castas sociales estaban vinculadas con el tipo de productos que consumían, lugares de adquisición de bienes y zonas de relación social claramente diferenciadas; el lugar de interacción y unión común entre las culturas sociales de criollos, indios y terratenientes se brindaban en los mercados que se realizaban semanalmente en la plaza principal de la ciudad.

El sistema de abastecimiento en la ciudad se establecía a partir de la producción, ubicación y tipos de consumo según la clase social, que a partir de su distinción se establecieron 3 tipos de conexiones entre la ciudad, las residencias y el espacio público.

Estas conexiones establecidas desde lo económico con la compra y venta de productos, lo cultural con el intercambio de recetas, y costumbres alrededor de las mercancías y lo social, con la recepción de productos de acuerdo a los usos y estilos de los compradores.

La actividad generada de las plazas de mercado fueron aprovechadas en la época de la república, a partir de reubicar a los mercados en la periferia de la ciudad con el objeto de incrementar la actividad económica para generar nuevos epicentros de actividad urbana como parques y alamedas; y a su vez, gestionar de forma eficiente el proceso de recolección, almacenaje y abastecimiento del mercado así como el desarrollo y crecimiento de la ciudad.

Con el transcurso de los años, ya no sólo se efectuaba el mercado en la Plaza Mayor, sino que poco a poco los mercados se desplazaron a las plazas aledañas a las iglesias y aumentaron su frecuencia de atención: dos, tres, cuatro días a la semana hasta convertirse en sitios permanentes de expendio y venta de productos especialmente agrícolas y cárnicos. En 1925 se inicia la construcción de la edificación que acogería a los comerciantes que desde la época de la Colonia, surtían de mercado a los habitantes del Barrio de Las Cruces.

En 1960 la Empresa Distrital de Servicios Públicos, EDIS, asume la administración de las plazas de mercado que funcionaban: Fontibón, Las Cruces, La Perseverancia, Los Mártires, Doce de Octubre, Siete de Agosto, la mayoría en sitios abiertos, con puestos de ventas montados en las aceras y lotes, sin ningún control sanitario

Durante los años 1971 a 1974, se construyeron las plazas: Quirigua, Las Ferias, B, Samper Mendoza, Santander, San Carlos, Perseverancia, la Concordia, Restrepo, Kennedy, Trinidad, con diseño que incluye puestos fijos, locales fijos, puestos móviles, locales exteriores, zona de descargue, y cuarto de maduración.

Hoy en día las Plazas de Mercado están a cargo del Instituto para la Economía Social, (IPES) que se ha trazado como objetivo el hacerlas productivas, fomentando la participación de los vecinos del sector donde se encuentran ubicadas.

7.1.2. Tipologías desarrolladas a través de la historia.

Durante el proceso de desarrollo histórico del mercado, se configuraron 3 tipologías principales de este equipamiento: mercado abierto, edificio y conjunto de edificios.

El siguiente esquema resume el análisis histórico de las plazas de mercado, su forma espacial su ubicación y el impacto en el desarrollo de la ciudad y como la plaza de mercado se consolida

	PERIODICIDAD	FORMA ESPACIAL	UBICACIÓN	IMPACTO URBANO	EJEMPLO
MERCADO ABIERTO	Un día de mercado o mercado semanal	Puestos individuales alrededor de un espacio público	Sobre la plaza central. Sobre la calle principal o en la entrada principal de la ciudad.	Incremento de la densidad peatonal y conflicto vial.	 <ul style="list-style-type: none"> • El mercado de Santuario en el departamento de Risaralda.
MERCADO EDIFICIO	Actividad constante	Edificación de una, doble o triple altura	Sobre una vía de transporte público y cerca a un equipamiento de culto	Atracción de vendedores de mercado abierto y transformación de usos comerciales alrededor de las edificaciones	 <ul style="list-style-type: none"> • Mercado público de Mompox.
CONJUNTO EDIFICIOS	Actividad constante	Edificaciones con actividad de mercado en los primeros niveles	Alrededor de los mercados abiertos ubicados sobre una plaza o mercado edificio	Son edificaciones modificadas por el mercado, las cuales incrementan el proceso de transformación de usos	 <ul style="list-style-type: none"> • Plaza de mercado de Girardot.

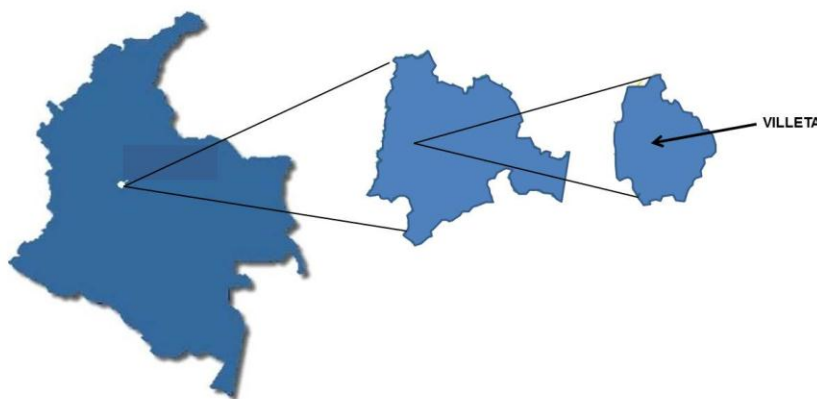
[Figura 11. Esquema de elaboración propia, basada en el análisis histórico espacial de las plazas de mercado.](#)

Como un equipamiento necesario para la vida de la ciudad.

7.2. Ubicación geográfica

Una vez entendido el proceso histórico de las plazas de mercado de espacio abierto a conjunto de edificios, es necesario entender el contexto donde se desarrolla el proyecto.

Villeta de San Miguel Arcángel es un municipio de Cundinamarca (Colombia), capital de la Provincia de Gualivá, Cercana de Bogotá por dos excelentes vías de comunicación: 1) Bogotá - Facatativá - Sasaima - Villeta. 2) Bogotá - La Vega - Villeta.



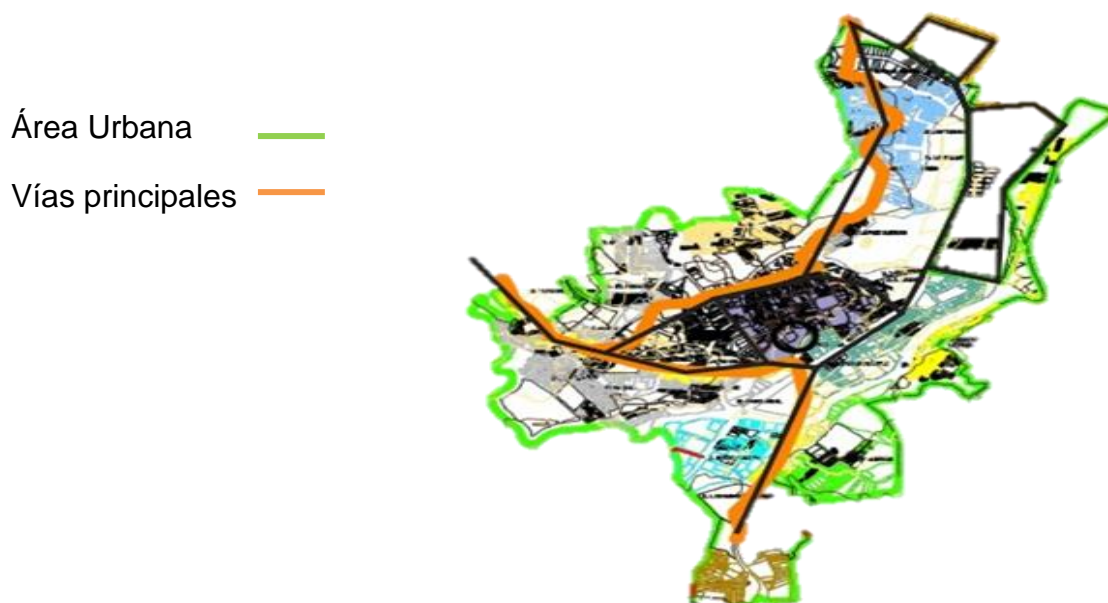
[Figura 12. Imagen de elaboración propia, ubicación geográfica municipio de Villeta –Cundinamarca.](#)

El Municipio de Villeta se encuentra ubicado sobre la zona noroccidental del Departamento de Cundinamarca. Situado al Noroeste de Bogotá, en un valle pintoresco y fértil formado por las cuencas del Río Dulce y el Bituima, que unidos antes de llegar al casco urbano forman el Río Villeta. Su localización geográfica está a los 5° 01' de Latitud Norte y 74° 28' de

Longitud Occidental. Su Temperatura media es de 25° C. Tiene una superficie de 140 Km² (14.000 Has). Su altitud está comprendida entre los 850 msnm en el punto denominado Tobia Grande, sobre el límite del municipio, y 1.950 msnm en la Vereda la Esmeralda. Su altura sobre el nivel del mar en el casco urbano está entre 779 y 842 msnm El área urbana del municipio está conformada por 37 barrios.

Alcaldía de Villeta- Cundinamarca. (12 de Septiembre de 2016). Obtenido de <http://www.villeta-cundinamarca.gov.co/Paginas/default.aspx>

7.3. Contexto Urbano



[Figura 13. Imagen de elaboración propia, imagen modificada, del PBOT de Villeta –Cundinamarca.](#)

El municipio de Villeta tiene una población de 25,164 habitantes según el DANE, su extensión territorial de 140.67 Km² distribuidos en la parte urbana de 2.86 Km² y en la

parte rural de 137.78 Km², el 36% de la población se encuentra distribuida en la extensión rural y el 64% restante en el sector urbano.

El PBOT establece las unidades para el uso del suelo y su desarrollo, establecidas de la siguiente manera.

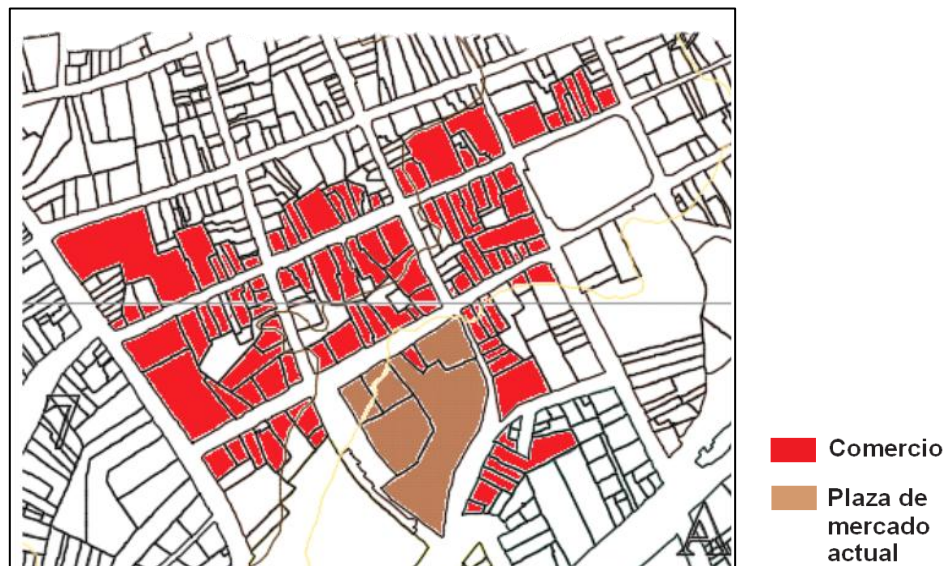
Villeta, A. m. (Enero de 2000). PBOT Villeta. Recuperado de http://cundinet.cundinamarca.gov.co:8092/entregas/VILLETA_Plan%20Ordenamiento_2014_Junio/Acuerdo_033_2000.pdf

Zonas de expansión: Dentro de esta denominación se incluyen las zonas que a raíz de las tendencias de crecimiento del municipio se proyectan como de expansión urbana, desarrollo turístico y construcciones civiles tales como equipamientos. Se les considera como indispensable para ejecutar diversas acciones dentro de los escenarios prospectivos.

Área de expansión Urbana: Es la zona que en el corto y mediano plazo se destinará a la ampliación del casco urbano. En ésta, la incidencia de los riesgos y amenazas naturales no impide el establecimiento de población permanente. De igual manera, el cambio de cobertura y uso no implicarían la alteración de la capacidad productiva del área, así como graves alteraciones ecológicas locales o regionales.

Área de desarrollo turístico: Las áreas recomendadas para el desarrollo turístico son aquellas que por su infraestructura actual, sus recursos naturales y su valor paisajístico actual o potencial, se consideran como las de mayor posibilidad de inversión para el establecimiento y desarrollo de servicios turísticos. Este sector económico es considerado como estratégico para el desarrollo del municipio de Villeta.

7.4.2. Usos del suelo.



[Figura 15. Imagen de elaboración propia a partir del PBOT. Usos del suelo.](#)

Se observa que el centro urbano del municipio de Villeta, presenta una alta densidad de uso comercial, lo cual se ve reflejada su conformación espacial económica y funcional en especial las manzanas contiguas a la plaza de mercado.

Las plaza de mercado del municipio es un equipamiento que vincula, la actividad comercial y el abastecimiento para el municipio manteniendo una constante actividad urbana y alta densidad en la movilidad, por este motivo, se presenta una transformación espacial en el cambio de usos y un deterioro del espacio público que afecta el área urbana del centro e incentiva el proceso de decaimiento del espacio donde está implantada la plaza de mercado.

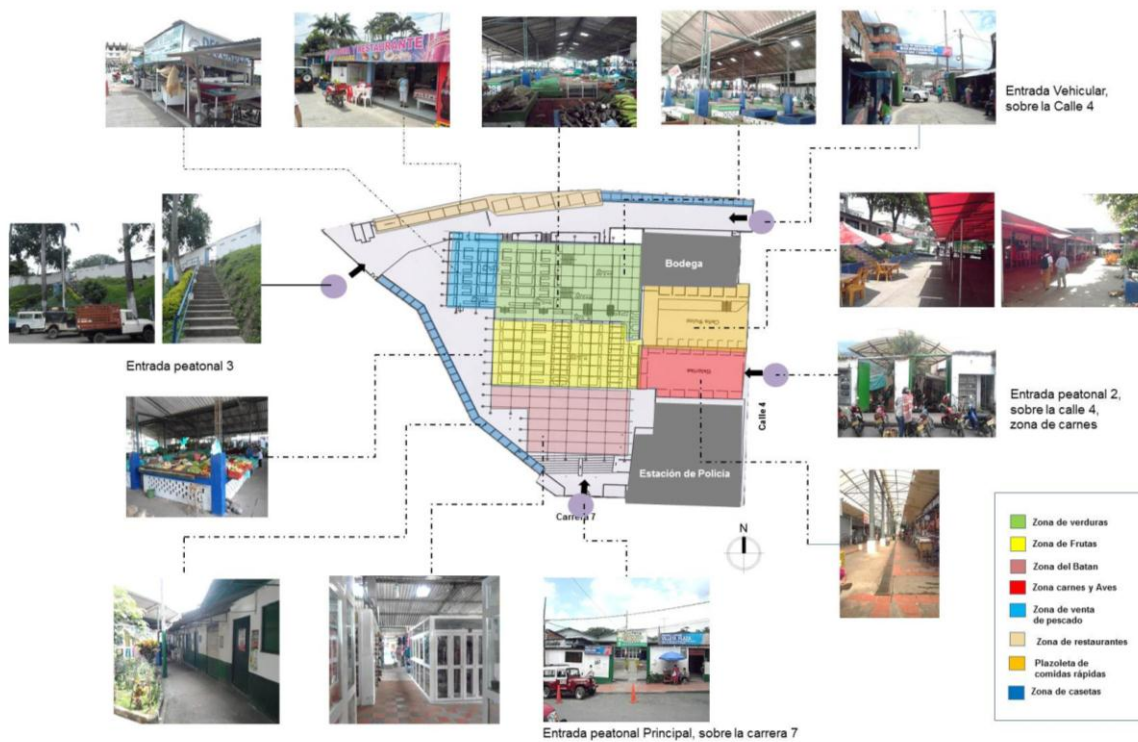
7.5. Análisis arquitectónico.

7.5.1. Análisis plaza de mercado.

El mercado de Villeta se realizaba en la plaza fundacional del municipio, en el año de 1961 fue trasladada al predio donde se encuentra actualmente, esto se llevó a cabo mediante la ordenanza N° 32 del año 1960, la cual dispuso que el mercado que se realizaba en la plaza mayor se reubicara para mejorar la movilidad del municipio.

La plaza de mercado fue construida gradualmente por los comerciantes, utilizaron como material de construcción cemento, ladrillo y techada en teja eternit. Actualmente la plaza tiene una extensión de 9384.34 M2 en una sola planta, tiene 110 puestos distribuidos en 9 zonas, dispuesta de la siguiente manera. Frutas y verduras con 25 locales, zona de carnes y aves con 12 locales, zona de venta de pescado con 8 locales, zona de casetas, restaurantes y comidas rápidas 30 y la zona del batán que es dedicada a la venta de calzado y ropa con 35 locales.

La plaza cuenta con cuatro accesos de los cuales tres son peatonales y uno vehicular, el cual genera problemas de movilidad, está ubicado sobre la calle cuarta. La edificación carece de zonas de cargue y descargue, no cuenta con zonas para bodegaje, tiene una sola batería de baños, no tiene cuartos de refrigeración ni cuarto para basuras y no cuenta con oficinas administrativas



[Figura 17. Imagen de elaboración propia análisis arquitectónico plaza de mercado.](#)

Problema:

- Deterioro en la estructura de la plaza de mercado, a causa del abandono administrativo.
- Falta de zonas de parqueaderos, de carga y descarga planificadas.
- Invasión del espacio público

Potencialidades:

- Edificación ubicada en el centro del municipio, lo que caracteriza la centralidad del mercado

Estrategia:

- Recuperación del espacio público para crear una nueva imagen del sector.
- Intervención de la plaza de mercado con el fin de potencializar y transformar las actividades comerciales.

7.5.2. Análisis predios contiguos a la plaza de mercado.



Figura 18. Imagen de elaboración propia análisis predial

Problema:

- Densidad de las manzanas contiguas a la plaza de mercado.
- Subutilización de infraestructuras, inmuebles deteriorados.

Potencialidades:

- Edificaciones con baja altura lo que caracteriza al sector como Centro Urbano.
- Uso comercial.

Estrategia:

- Intervención de la plaza, para crear una arquitectura permeable.
- Regenerar el sector para que no pierda el carácter de uso comercial.
- Unir la plaza mayor con la plaza de mercado, por medio de espacios públicos, que articulen la movilidad y estructuren la zona.

(Ver fichas de anexos).

8. Propuesta de Intervención.

La intervención está enfocada en la reconfiguración del equipamiento urbano, a través del diseño arquitectónica de la plaza de mercado que permite generar espacios para el uso comercial, para así promover la actividad socio cultural que se genera por la plaza de mercado.

Aprovechando del potencial trasformador de la actividad comercial como articulador de actividades socio-culturales integrar el espacio arquitectónico de la plaza de mercado con el entorno urbano inmediato

El proyecto se ubica entre la carrera séptima y la calle cuarta.

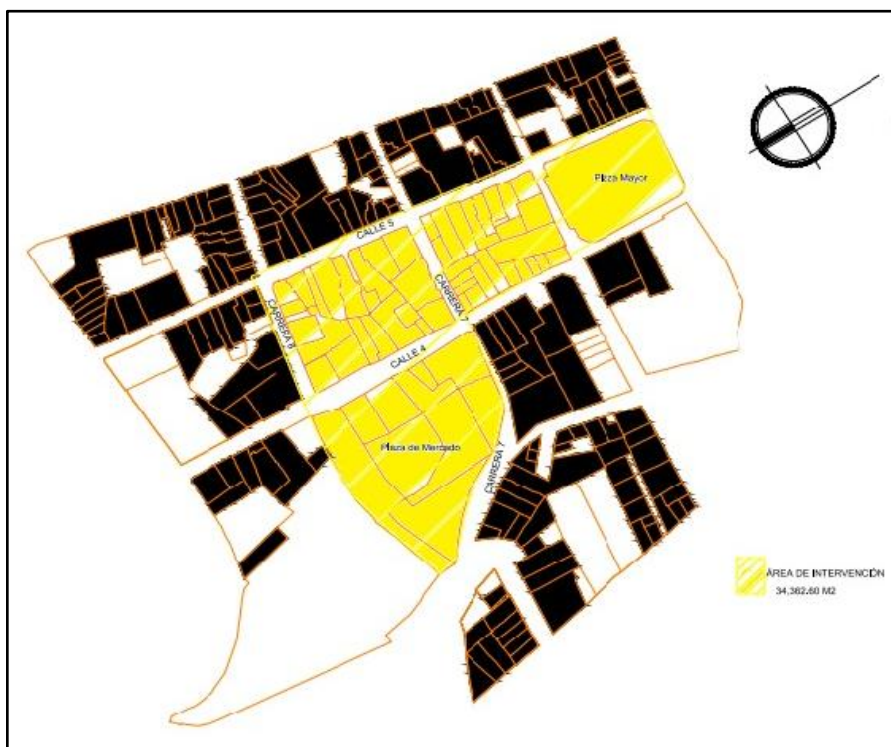
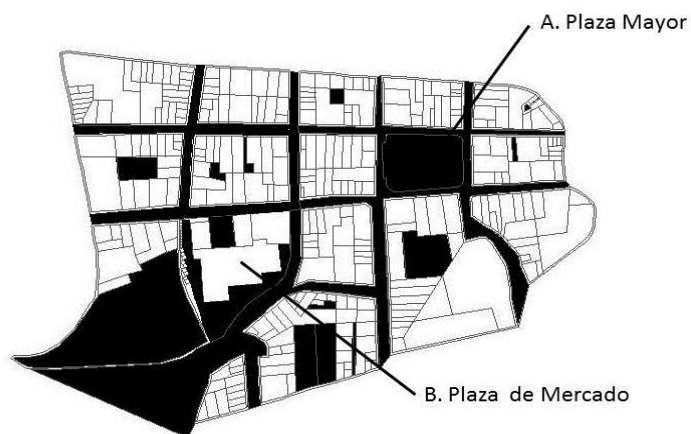


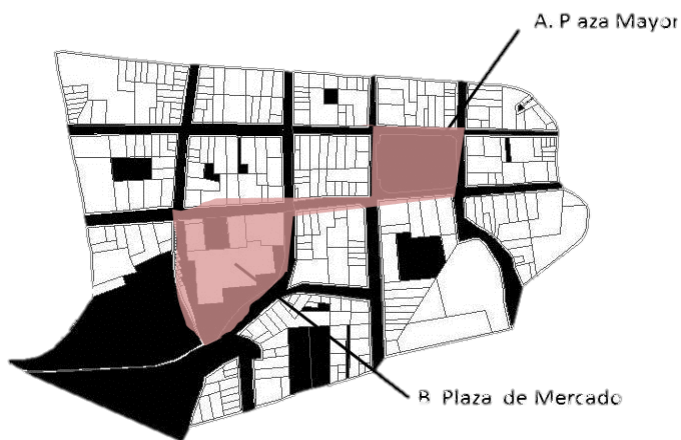
Figura 19. Imagen de elaboración propia. Ubicación plaza de mercado y manzanas contiguas a la plaza de mercado.

Conexión de elementos urbanos analizados, para generar conectividad entre plaza mayor y plaza de mercado, a partir de un eje peatonal.



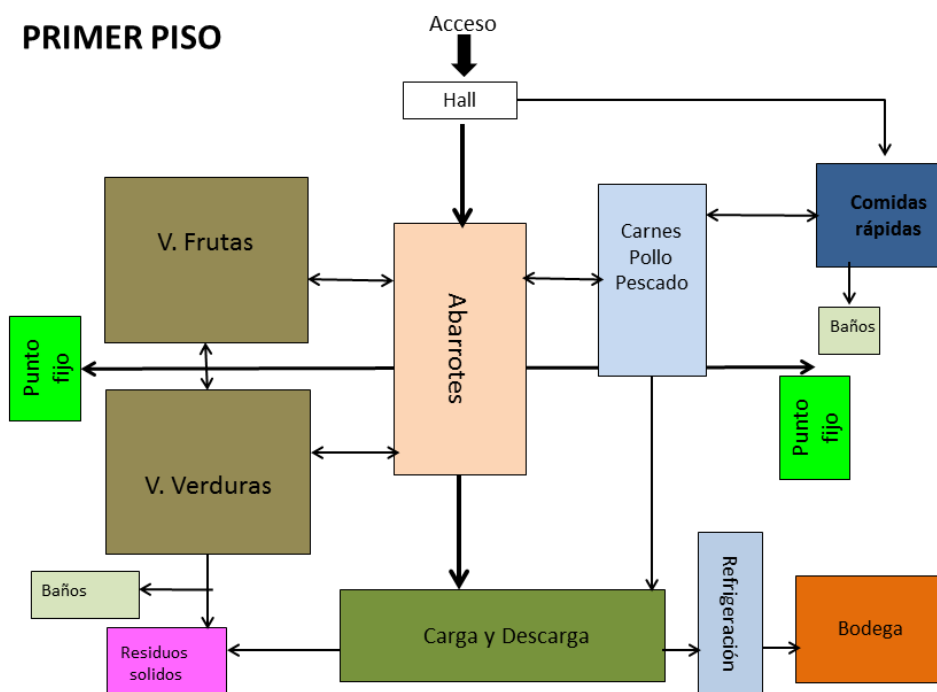
[Figura 20. Imagen de elaboración propia análisis NOLLI](#)

A partir de la conexión espacial entre la plaza mayor y la plaza de mercado, se transforma el equipamiento arquitectónico, esto permite que los espacios transformados sean permeables y así lograr recorridos receptivos.



[Figura 21. Imagen de elaboración propia zonas conexión espacial plaza de mercado y plaza mayor.](#)

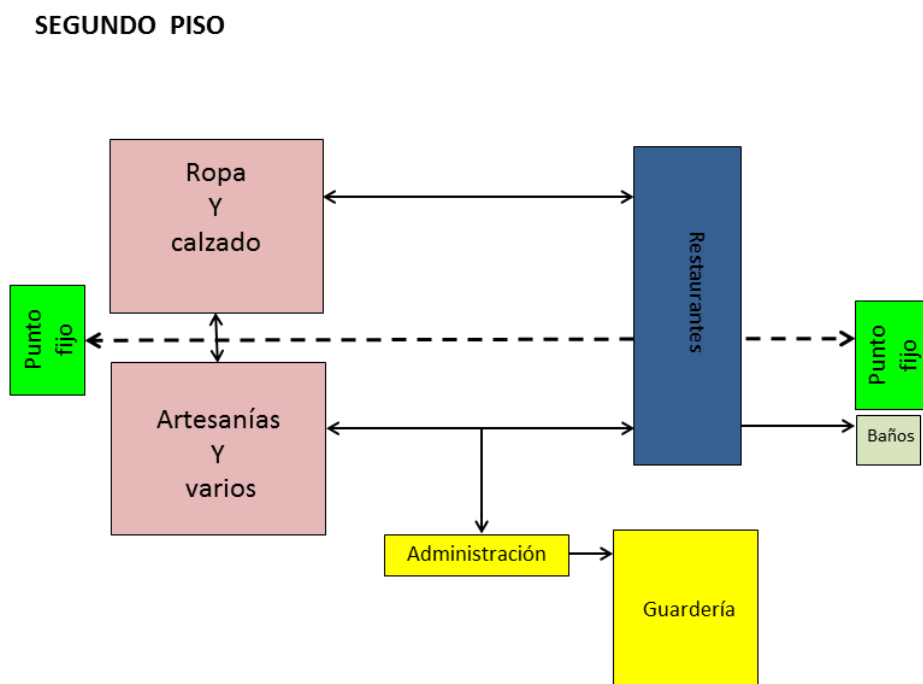
Se plantea una zonificación para tener un funcionamiento adecuado, de tal forma que permita la visualización y obtención de productos. Esta zonificación se establece por zonas o áreas, semihúmedas comprendidas por productos como hortalizas y frutas, una zona o área húmeda conformada por puestos de carnicerías, venta de pollo, ventas de huevo, pescaderías, lácteos y sus derivados y comida preparada como restaurantes y comidas rápidas, y la zona o área seca establecida por los locales de abarrotes (granos y productos no perecederos)



[Figura 22 Esquema de zonificación plaza de mercado primer piso.](#)

Fuente: elaboración propia.

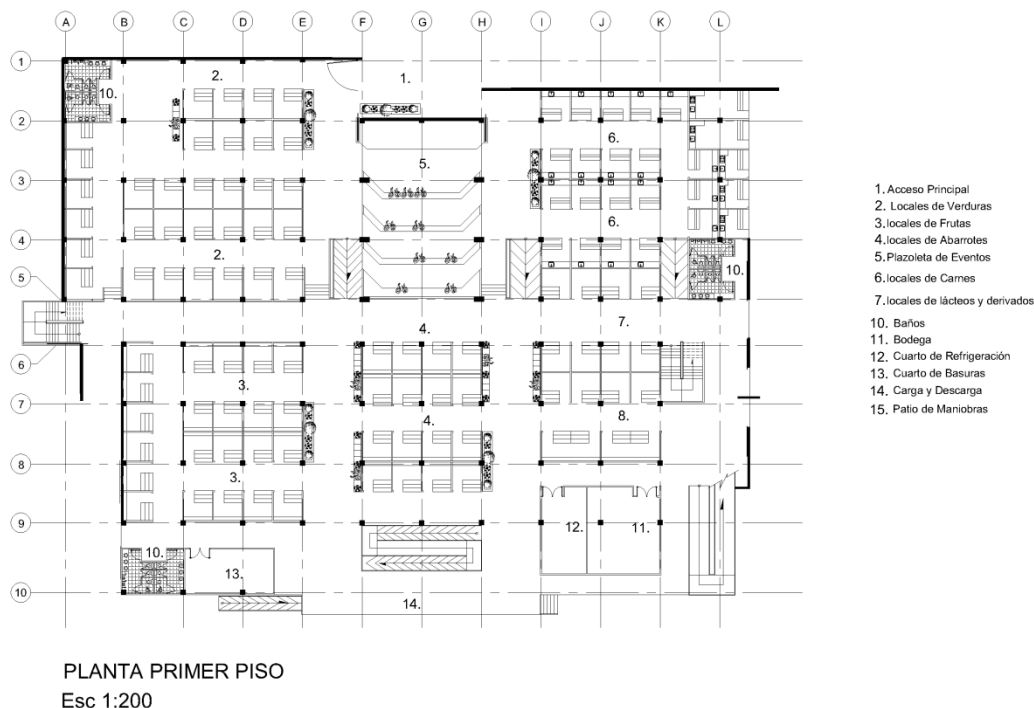
En el segundo piso se propone una zonificación de venta de ropa y calzado, artesanías y productos varios (misceláneos, ferretería, etc.), una zona húmeda de restaurantes, la administración y una guardería



[Figura 23. Esquema de zonificación plaza de mercado segundo piso](#)

Fuente: elaboración propia.

8.1. Planimetría propuesta Arquitectónica

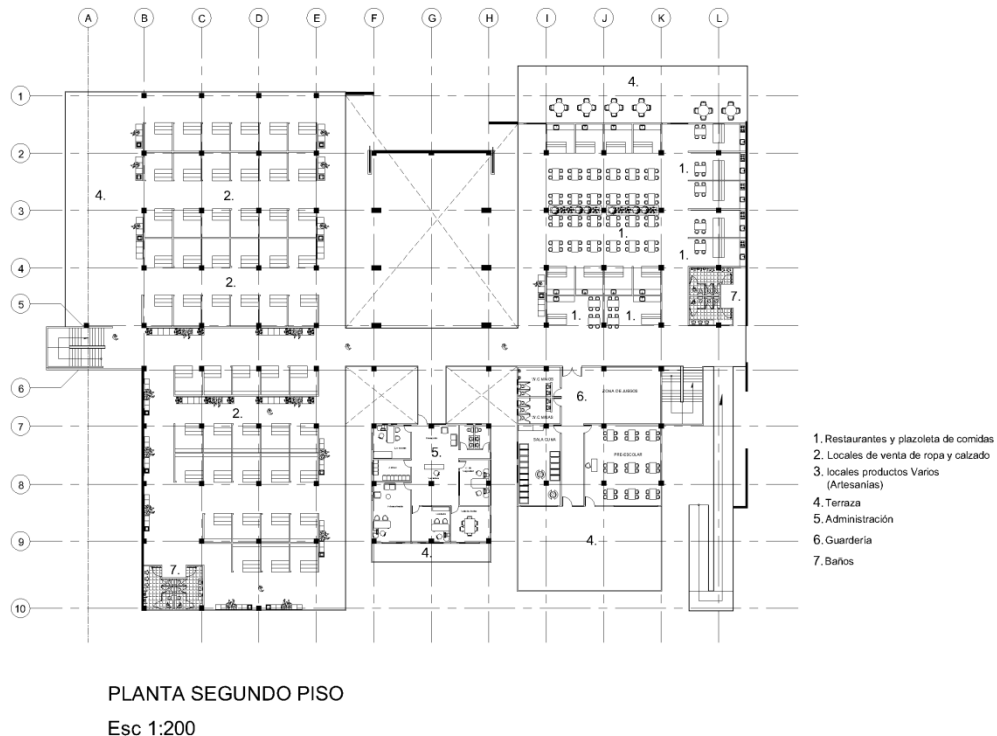


[Figura 24. Plano propuesta arquitectónica primera planta](#)

Fuente: elaboración propia.

A partir de la zonificación se desarrolla la propuesta arquitectónica donde se propone una planimetría, la cual fortalece las actividades comerciales de la plaza de mercado.

Primer piso conformado por 38 locales de verduras, 25 locales de frutas, 16 locales de abarrotes, 20 locales de venta de carne, pollo y pescado, 8 locales lácteos y sus derivados, 6 locales de venta de productos varios (floristería y misceláneos), 5 locales de comidas rápidas, una zona para bodega, cuarto de refrigeración, 2 baterías de baños, zona de cargue y descargue y cuarto de residuos sólidos, para un área en primer piso propuesta de 3491.56 M².



[Figura 25.Plano propuesta arquitectónica segunda planta](#)

Fuente: elaboración propia.

Segundo piso conformado por 45 locales de venta de ropa y calzado, 10 locales de venta de artesanías, 15 locales de restaurantes, 1 batería de baños, zona de administración y guardería, para un área en segundo piso propuesta de 2260.51 M²

Parqueaderos se propone 3 cupos por cada 15 locales, para un total de 45 estacionamientos con unas dimensiones de 2.50 mts X 5.00 mts y 3 estacionamientos para personas con movilidad reducida.

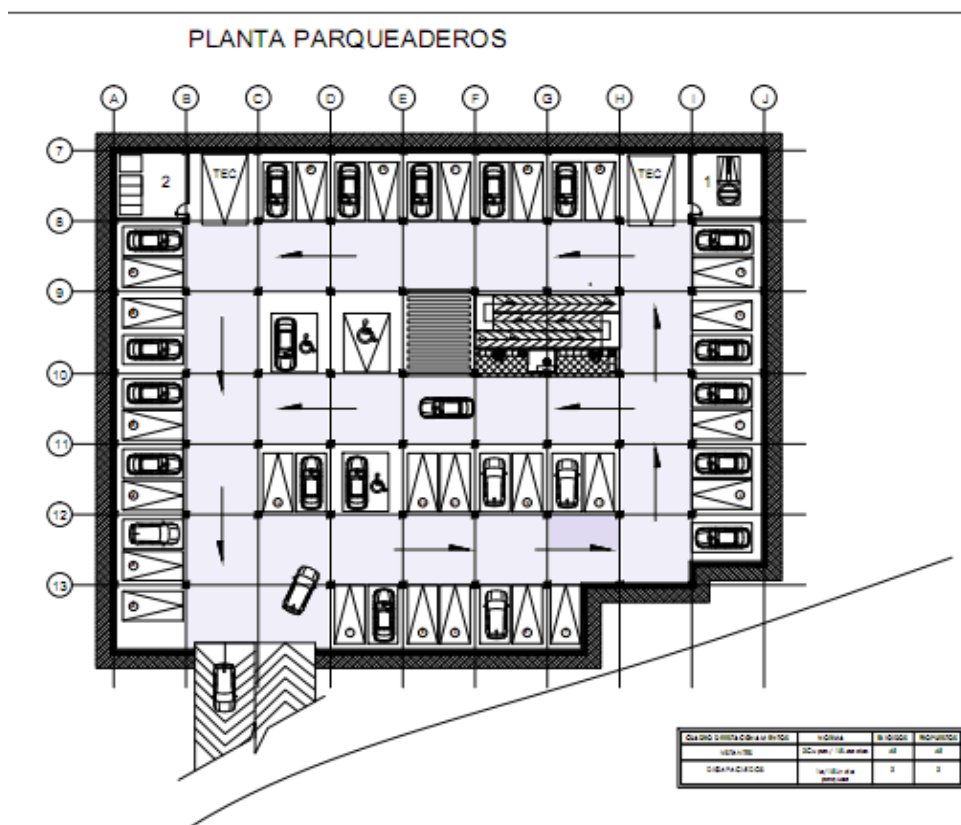


Figura 26.Plano propuesta arquitectónica planta de sótano

Fuente: elaboración propia.

8.2. Cuadro de áreas e índices

CUADRO DE AREAS	
ESPECIFICACION	M ²
ÁREA DEL LOTE	7215.93
ÁREA DE PRIMER PISO	3491.56
ÁREA DE SEGUNDO PISO	2260.51
AREA TOTAL CONSTRUIDA	5752.07

CUADRO DE INDICES		
INDICE DE OCUPACION	%	M ²
PERMITIDO	0.60	4329.28
PROPUESTO	0.52	3491.56

INDICE DE CONSTRUCCIÓN	%	M ²
PERMITIDO	1.60	6926.84
PROPUESTO	0.80	5752.07

[Figura 27.Cuadro de áreas e índices](#)

Fuente: elaboración propia.

8.3. Propuesta espacio público Plaza de Mercado

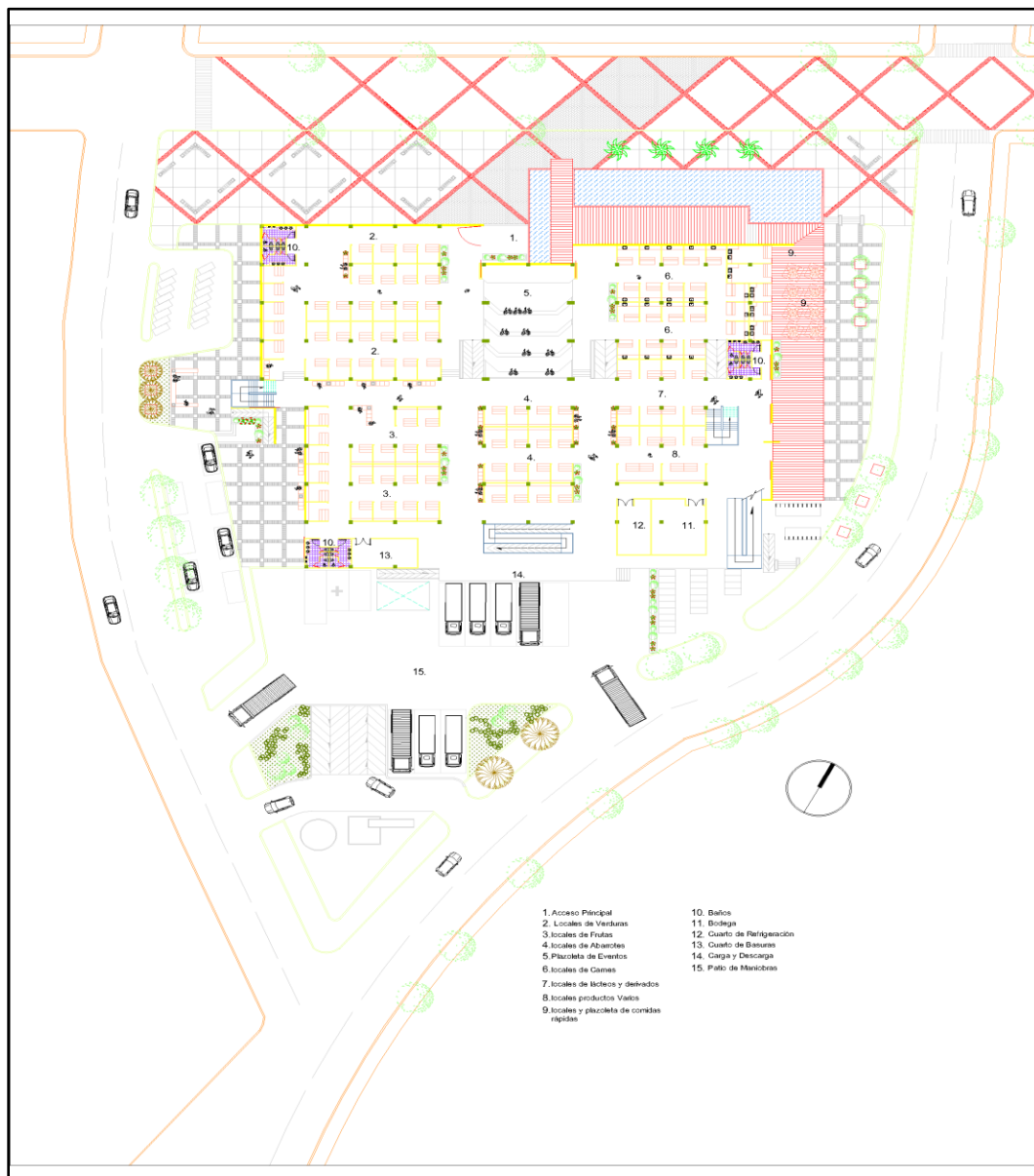


Figura 28. Plano espacio público

Fuente: elaboración propia.

8.4. Propuesta de fachadas



FACHADA NORTE



FACHADA ORIENTAL



FACHADA OCCIDENTAL

[Figura 29.Propuesta de fachadas](#)

Fuente: elaboración propia.

8.5 Análisis de circulaciones propuesta plaza de mercado.

Las circulaciones establecidas dentro del diseño de plaza pueden clasificarse de primer, segundo y tercer orden.

Circulaciones de Primer Orden o categoría: Se clasificarán en este renglón aquellas circulaciones destinadas a ingreso y egreso de compradores a la plaza, así como el acceso a las áreas de parqueo y descarga, de 6.00 metros de ancho.

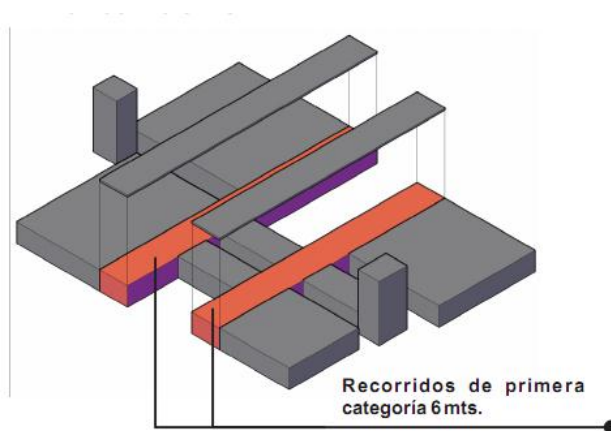
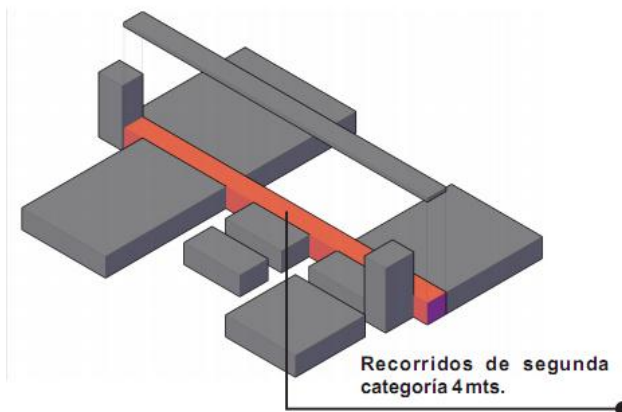


Figura 30. Esquema de recorridos

Fuente: elaboración propia.

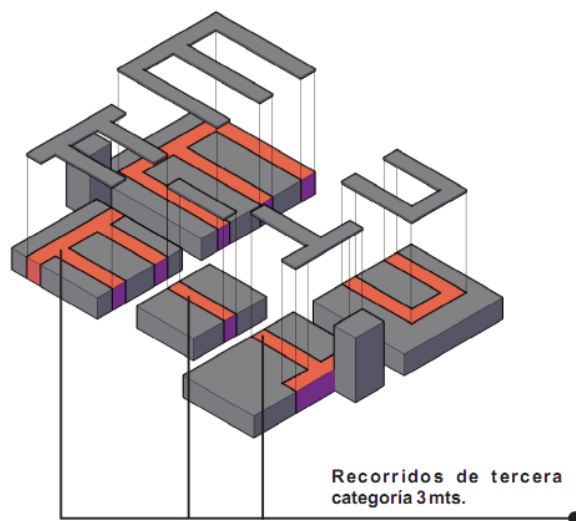
Las circulaciones de Segundo Orden o categoría: Son los utilizados por vendedores para acceso de productos a los comercios, de aquí se desprenden las circulaciones de tercer orden, de 4.00 metros en su ancho.



[Figura 31. Esquema de recorridos](#)

Fuente: elaboración propia.

Circulaciones de Tercer Orden o categoría: Son los utilizados por los compradores dentro del mismo sector de venta afines y comunican ramales principales, de 3.00 metros su ancho.



[Figura 32. Esquema de recorridos](#)

Fuente: elaboración propia.

8.6 Análisis de propuesta de cubierta.

Se ha elaborado un análisis de propuesta de cubierta desde lo histórico buscando que este genere identidad al proyecto a través de una analogía arquitectónica.

Propuesta 1

A partir de la herencia histórica de las plazas de mercado de los años 50- 60. Explora las ventajas del concreto, para generar una cubierta laminada en forma de V, que permite la ventilación cruzada.

Propuesta 2

Forma abstracta de la analogía del tejido de canasto, Estructura metálica. Permite dar solución en fachada

Propuesta 3

Analogía del tejido del canasto, combinando estructura en concreto y metálica, permitiendo mejor ventilación e iluminación.

Opción 1



Opción 2



Opción 3



[Figura 33.Propuesta de cubiertas](#)

Fuente: elaboración propia.

8.7 Propuesta final de cubierta.

Cubierta basada en la analogía del tejido del canasto, que permite el control de la ventilación.



[Figura 34.Propuesta final de cubierta](#)

Fuente: elaboración propia.

Esquema bioclimático de Cubierta

Ventilación cruzada, constante intercambio e ingreso de aire fresco

Confort climático

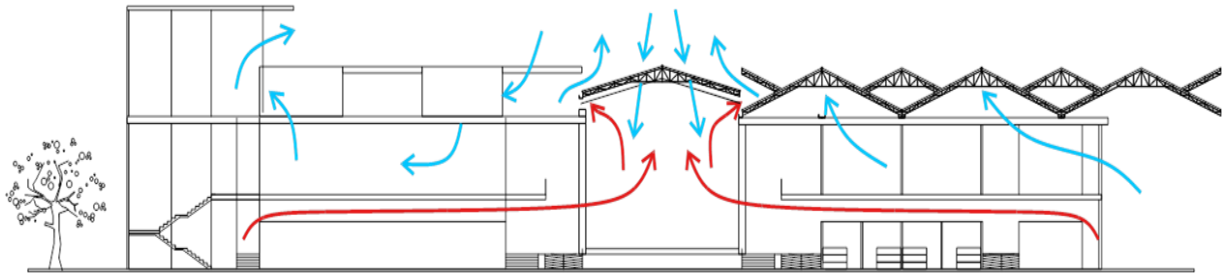


Figura 35. Esquema Bioclimático

Fuente: elaboración propia.

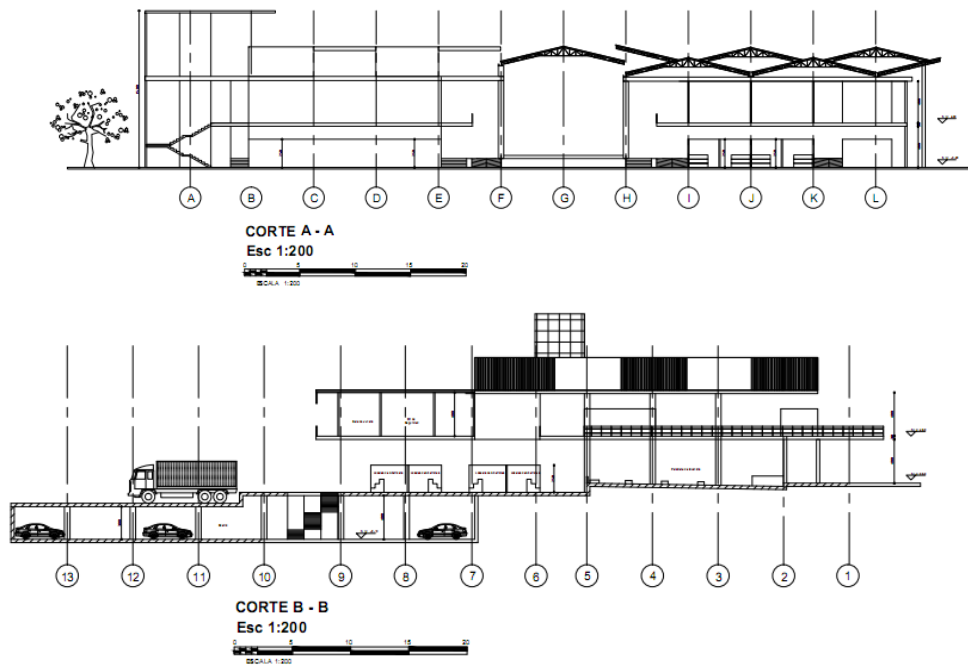


Figura 36. Cortes

Fuente: elaboración propia.

8.8 Propuesta volumétrica.

A continuación se evidencia el trabajo volumétrico a partir de maquetas.



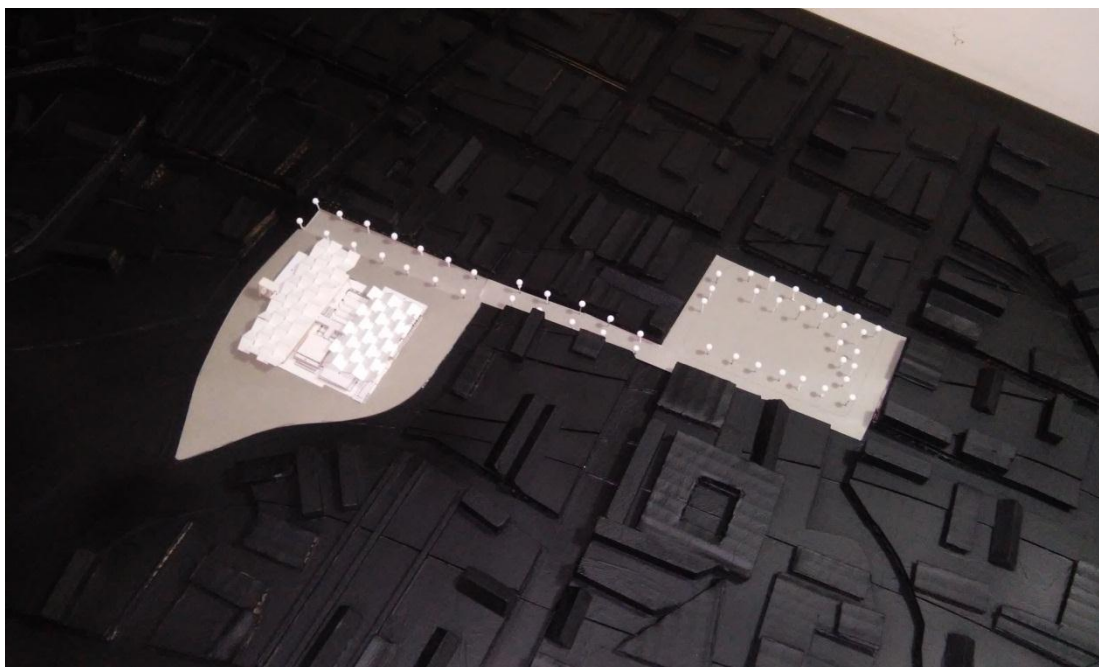
[Figura 37. Propuesta volumétrica maqueta](#)

Fuente: elaboración propia



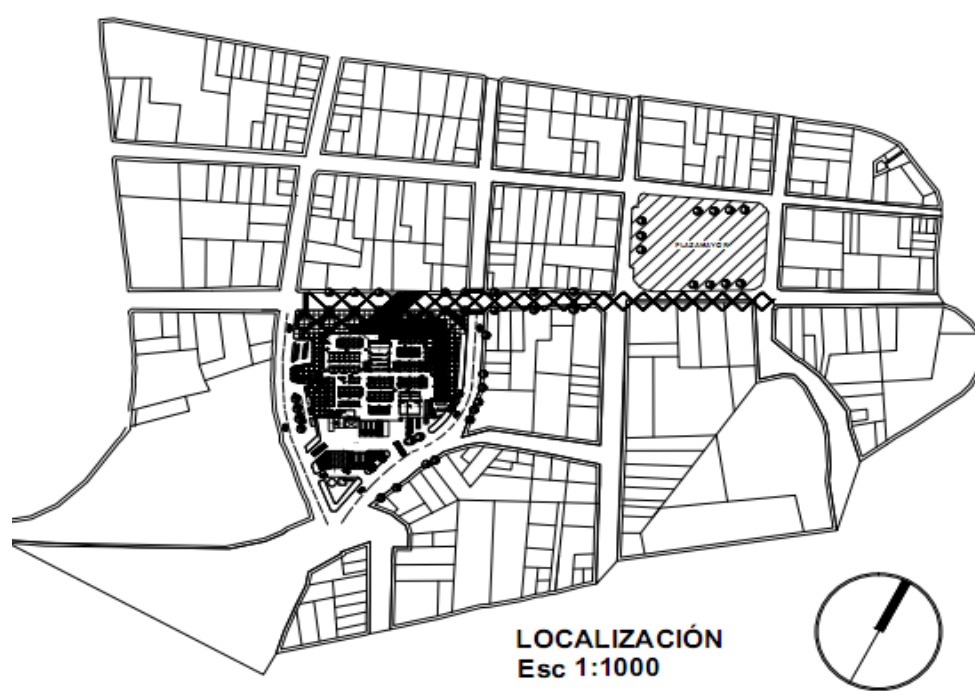
[Figura 38.Propuesta volumétrica maqueta.](#)

Fuente: elaboración propia.



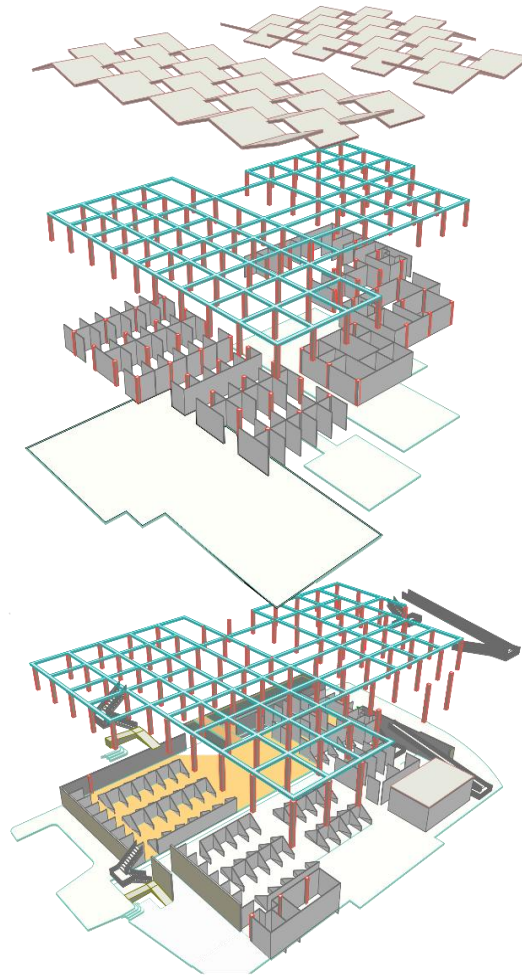
[Figura 39.Maqueta Urbana de localización](#)

Fuente: elaboración propia.



[Figura 40.Plano de localización](#)

Fuente: elaboración propia



[Figura 41. Estructura arquitectónica](#)

Fuente: elaboración propia.

Vista proyecto estructura por niveles, muros, columnas, vigas placa de entrepiso, estructura segundo piso, cubierta

9. Conclusiones

La propuesta arquitectónica del proyecto aporta una solución a la problemática planteada, contribuye al mejoramiento urbano del centro del municipio con un equipamiento que cumple con todas sus funciones y servicios para que se lleve a cabo la actividad comercial de la mejor manera. A través de esta propuesta arquitectónica se da solución a aspectos bioclimáticos, permitiendo ventilación e iluminación, formal dándole al equipamiento identidad gracias a la analogía arquitectónica y funcional, para brindar a los usuarios y vendedores, confort, higiene y seguridad.

Este proyecto cuenta con los suficientes locales, que permiten el uso mixto para albergar a los comerciantes y compradores para que desarrollen a plenitud las dinámicas asociadas al intercambio comercial.

10. Recomendaciones

El presente trabajo sirve de base para futuras investigaciones sobre la materia de las plazas de mercado y su entorno urbano, se considera interesante investigar sobre otros aspectos relacionados con la plaza de mercado y se propone:

- Desarrollar las áreas aferentes a la plaza de mercado como futuras intervenciones complementarias a la actividad del comercio.
- Analizar la opción de continuar el aislamiento de 15 metros sobre los pedios de la calle 4, con fin de darle a esta vía una mayor importancia peatonal.
- Estudiar estrategias de movilidad al entorno de la plaza con el fin de mejorar la circulación vehicular en el centro urbano de Villeta.

11. Referencias

Areiza, V. C. A. (2006). *Algunas reflexiones para comercializar perecederos (el caso de las frutas)*. Retrieved from <http://ebookcentral.proquest.com>

Alcaldía de Villeta- Cundinamarca. (12 de Septiembre de 2016). Obtenido de <http://www.villeta-cundinamarca.gov.co/Paginas/default.aspx>

Baquero, D.(2011). *Las plazas de mercado como catalizadores urbanos*. Universidad Nacional de Colombia, Facultad de Artes, Sede Bogotá. Bogotá.

Carli, César L, (1976), *La Polivalencia, Sus leyes y su Aplicación en la Arquitectura*, Consejo de Educación e Imprenta de La Provincia de Santa Fe.

Castro, D. (s.f.). Renovación de la idea de la Plaza de Mercado. *Revista Escala Mercados numero 20*, p 3- 4.

Fonseca Martínez L y Saldarriaga Roa A, *Arquitectura popular en Colombia Herencia y tradición*, Altamir Editores, Bogotá 1992

Pergolis Juan C, Velez A, *Contar un proceso*, Auros Ltda., Bogotá 1993

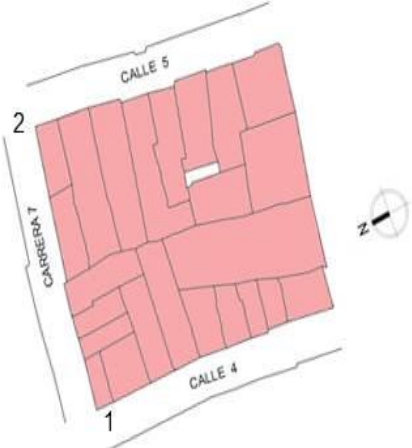
Rodríguez, y Valdeoriola, Metodología de la investigación, Eureka Media, Barcelona 2009.

Santos M, 2000. La Naturaleza del Espacio, Ed Ariel


Villeta, A. m. (Enero de 2000). *PBOT Villeta*. Recuperado de http://cundinet.cundinamarca.gov.co:8092/entregas/VILLETA_Plan%20Ordenamiento_2014_Junio/Acuerdo_033_2000.pdf

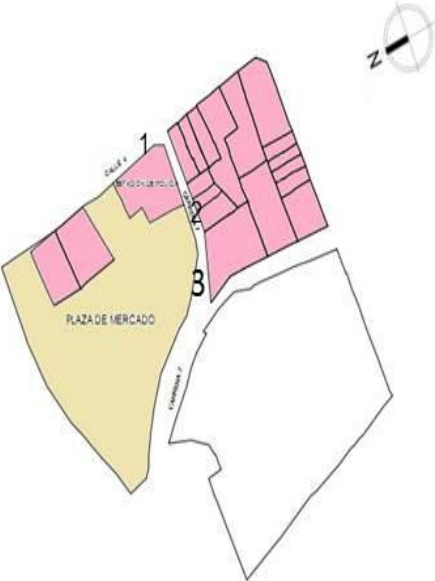


12. Anexos

Anexo A. Fichas de trabajo.

Ficha de Observación :	Elaborado por: Wilmar Sierra / Hanz Zapata R	
Uso del Inmueble: _____	Dirección: Manzana A entre cll 4 y 5 y cra 7 y 6	Hoja Nº: 01
<p>Ubicación:</p>  		<p>Observación:</p> <p>Se observan las manzanas saturadas de comercio, manzana densa sin áreas libres.</p> <p>1 Fotografía: esquina calle 5 y carrera 7 :</p>  <p>2 Fotografía por calle 4:</p> 

Ficha de Observación :	Elaborado por: Wilmar Sierra / Hanz Zapata R	
Uso del Inmueble: _____	Dirección: Manzana A entre cll 4 y 5 y cra 7 y 6	Hoja Nº: 02
<p>Ubicación:</p>  		<p>3 Fotografía carrera 7 :</p>  <p>4 Fotografía calle 4 sentido norte :</p>  <p>2 Fotografía por calle 4:</p> 

Ficha de Observación :	Elaborado por: Wilmar Sierra / Hanz Zapata R	
Uso del Inmueble: _____	Dirección: Manzana B entre cll 4 y 5 y cra 7 y 8	Hoja Nº: 03
<p data-bbox="280 562 375 594">Ubicación:</p> 	<p data-bbox="800 562 997 594">1 Fotografía carrera 7 :</p>  <p data-bbox="786 890 1084 921">2 Fotografía calle 5 sentido norte :</p>  <p data-bbox="781 1184 1089 1215">3 Fotografía por calle 4 sentido sur:</p> 	

Ficha de Observación :	Elaborado por: Wilmar Sierra / Hanz Zapata R	
Uso del Inmueble: _____	Dirección: Manzana Plaza de mercado	Hoja Nº: 04
<p>Ubicación:</p> 	<p>1 Fotografía carrera 7 con calle 4 :</p>  <p>2 Fotografía carrera 7 :</p>  <p>3 Fotografía por carrera 7 sentido Oriente:</p> 