

**CULTURA, TERRITORIO Y COMUNIDAD: PROPUESTA DE PLAZA DE MERCADO EN FUNZA COMO
ESPACIO DE ENCUENTRO Y COMERCIO LOCAL**

Dennis Julieth Barreto Calderón

Laura Camila Rodríguez Mendieta



Programa académico, Facultad

Universidad

Ciudad

2025

**CULTURA, TERRITORIO Y COMUNIDAD: PROPUESTA DE PLAZA DE MERCADO EN FUNZA COMO
ESPACIO DE ENCUENTRO Y COMERCIO LOCAL**

Dennis Julieth Barreto Calderón

Laura Camila Rodríguez Mendieta

Trabajo de Grado presentado como requisito para optar al título de Arquitectura

Cesar Iván Chaves Izquierdo



UNIVERSIDAD
La Gran Colombia

Vigilada MINEDUCACIÓN

Programa académico, Facultad

Universidad

Ciudad

2025

CULTURA, TERRITORIO Y COMUNIDAD: PROPUESTA DE PLAZA DE MERCADO EN FUNZA COMO ESPACIO DE ENCUENTRO Y COMERCIO LOCAL

Agradecimientos

Quiero expresar mis sinceros agradecimientos a todas las personas que hicieron posible la realización de este proyecto.

A mis padres, por ser el pilar más fuerte, por su amor incondicional, su apoyo constante y su ejemplo de esfuerzo y perseverancia. Gracias por enseñarme con su vida el valor del compromiso y la dedicación, este logro también es suyo.

A mis docentes, quienes con su conocimiento, orientación y paciencia me guiaron a lo largo de este proceso académico, Gracias por sembrar en mí la pasión por aprender y por motivarme a alcanzar la excelencia.

A la universidad, por brindarme un espacio de crecimiento personal y profesional, por formar no solo a una futura arquitecta, sino también a una persona crítica y comprometida con su entorno. Gracias por ofrecerme las herramientas para construir mis sueños.

A todos, gracias por acompañarme en este camino y por creer en mí. Este proyecto representa no solo un trabajo académico, sino una parte esencial de mi vida que llevaré siempre con orgullo y gratitud.

CULTURA, TERRITORIO Y COMUNIDAD: PROPUESTA DE PLAZA DE MERCADO EN FUNZA COMO ESPACIO DE ENCUENTRO Y COMERCIO LOCAL

Tabla de contenido

RESUMEN	7
ABSTRACT	8
INTRODUCCIÓN	9
JUSTIFICACIÓN	11
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	12
OBJETIVOS	16
OBJETIVO GENERAL	16
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	16
PREGUNTA PROBLEMA	16
HIPÓTESIS	17
MARCOS REFERENCIALES	18
MARCO DE ANTECEDENTES	18
MARCO TEÓRICO	21
• <i>Diseño urbano contemporáneo: sostenibilidad, resiliencia y participación.</i>	24
MARCO CONCEPTUAL	25
LA PÉRDIDA DE LA FUNCIÓN Y LA FLEXIBILIDAD ESPACIAL	26
INTEGRACIÓN DE CULTURA Y DISEÑO	26
INTEGRACIÓN DE CRITERIOS SOCIOCULTURALES Y ECONÓMICOS EN EL DISEÑO	27
DISEÑO SE ÁREAS FLEXIBLES	28
MARCO NORMATIVO	28
FUNDAMENTOS JURÍDICOS APLICABLES	31
METODOLOGÍA	33
<i>Cronograma</i>	35

**CULTURA, TERRITORIO Y COMUNIDAD: PROPUESTA DE PLAZA DE MERCADO EN FUNZA COMO
ESPACIO DE ENCUENTRO Y COMERCIO LOCAL**

CONCLUSIONES.....	35
RESULTADOS	37
LISTA DE REFERENCIA O BIBLIOGRAFÍA.....	39

CULTURA, TERRITORIO Y COMUNIDAD: PROPUESTA DE PLAZA DE MERCADO EN FUNZA COMO ESPACIO DE ENCUENTRO Y COMERCIO LOCAL

Lista de Figuras

Ilustración 1 Esquema modular de unidades de venta: de la unidad básica al módulo techado de 8 locales.	29
Ilustración 2 Implementación de módulos de ventas sobre plataforma inclinada con rampas de accesibilidad.....	29
Ilustración 3 Esquemas de implantación arquitectónica de la plaza de mercado: compacta, lineal y discontinua.	30
Ilustración 4 Cronograma de actividades por fases del proyecto.....	35

Lista de tablas

Tabla 1 Metodología por fases para el diseño de la plaza de mercado de Funza	34
--	----

CULTURA, TERRITORIO Y COMUNIDAD: PROPUESTA DE PLAZA DE MERCADO EN FUNZA COMO ESPACIO DE ENCUENTRO Y COMERCIO LOCAL

Resumen

A lo largo de la historia, las plazas de mercado han desempeñado un papel crucial en el desarrollo de las comunidades, funcionando como centros de intercambio no solo de productos, sino también de cultura e identidad social. Sin embargo, con el paso del tiempo, muchas de estas plazas han perdido su relevancia, lo que ha tenido consecuencias negativas en la preservación de la identidad cultural local. Este fenómeno se observa en Funza, Cundinamarca, donde la plaza principal experimentó una desaparición abrupta, afectando significativamente la economía local y agrícola.

A pesar de los esfuerzos por recuperar este espacio mediante la reubicación y la creación de una segunda plaza de mercado, esta nueva iniciativa no logró resolver los problemas iniciales. Esto sugiere la necesidad de un análisis más profundo sobre las causas detrás del fracaso de ambas plazas. La presente tesis se dedica a examinar las razones y variables que condujeron a la desaparición de la plaza original y a la posterior ineficacia de su reemplazo, identificando las expectativas y necesidades de la comunidad local.

En respuesta a estas dificultades, se propone la creación de una nueva plaza de mercado que no solo busque recuperar el dinamismo económico, sino que también promueva la inclusión social y el desarrollo sostenible de la economía local. Este proyecto tiene como objetivo garantizar la participación activa de la comunidad, buscando no solo un renacimiento económico y agrícola, sino también la salvaguarda de la herencia cultural del municipio de Funza. La investigación se plantea, por lo tanto, como un aporte significativo a la revitalización del espacio y de la identidad cultural, fundamental para el bienestar de la comunidad.

CULTURA, TERRITORIO Y COMUNIDAD: PROPUESTA DE PLAZA DE MERCADO EN FUNZA COMO ESPACIO DE ENCUENTRO Y COMERCIO LOCAL

Abstract

Throughout history, market squares have played a crucial role in the development of communities, functioning as exchange centers not only for products, but also for culture and social identity. However, over time, many of these squares have lost their relevance, which has had negative consequences on the preservation of local cultural identity. This phenomenon is observed in Funza, Cundinamarca, where the main square experienced an abrupt disappearance, significantly affecting the local and agricultural economy.

Despite efforts to recover this space by relocating and creating a second market square, this new initiative failed to resolve the initial problems. This suggests the need for a deeper analysis of the causes behind the failure of both plazas. This thesis is dedicated to examining the reasons and variables that led to the disappearance of the original plaza and the subsequent ineffectiveness of its replacement, identifying the expectations and needs of the local community.

In response to these difficulties, the creation of a new market square is proposed that not only seeks to recover economic dynamism, but also promotes social inclusion and the sustainable development of the local economy. This project aims to guarantee the active participation of the community, seeking not only an economic and agricultural renaissance, but also the safeguarding of the cultural heritage of the municipality of Funza. The research is presented, therefore, as a significant contribution to the revitalization of space and cultural identity, fundamental for the well-being of the community.

CULTURA, TERRITORIO Y COMUNIDAD: PROPUESTA DE PLAZA DE MERCADO EN FUNZA COMO ESPACIO DE ENCUENTRO Y COMERCIO LOCAL

Introducción

Las plazas de mercado han surgido como punto fundamental para el crecimiento económico ayudando al desarrollo de las ciudades frente a las necesidades que presenta la población, el acceso de productos del campo fortalece la agricultura del lugar, además de apoyar a los campesinos con las actividades que se realizan fomentando la economía local siendo un punto esencial para el crecimiento urbano donde surgen diferentes actividades sociales.

La desaparición de la actividad agrícola se debe principalmente al poco apoyo que tiene el campo, ya que han surgido nuevos espacios de abastecimiento como los grandes supermercados haciendo que la población haga uso de estos espacios ya que se muestran como tiendas de bajo costo en sus productos, además de que son más cercanos a la población resultando en el abandono de las Plazas de Mercado. Además, la falta de apoyo financiero impide el reconocimiento de estos espacios llegando a su decadencia y abandono, haciendo que el almacenamiento de los alimentos resulte con daños y productos en mal estado.

El diseño de una plaza de mercado fortalecerá la agricultura en Funza, fomentando diferentes dinámicas urbanas alrededor de la misma, diferentes actividades que llamen la atención de los habitantes, no solo un espacio donde se apoye al campo local, sino un espacio que piense en las necesidades de la población, el acceso al espacio pensando en las personas con movilidad reducida, la llegada de los alimentos y almacenamiento en espacios frescos y limpios ayudan a tener una mejor experiencia dentro de la plaza, la organización U la misma permite tener un mejor funcionamiento. El generar espacios atractivos para las personas fomentan el uso de los mismos, la venta de productos

CULTURA, TERRITORIO Y COMUNIDAD: PROPUESTA DE PLAZA DE MERCADO EN FUNZA COMO ESPACIO DE ENCUENTRO Y COMERCIO LOCAL

frescos con un proceso de almacenaje adecuado con las medidas sanitarias aplicadas, haciendo más confiable la compra de los alimentos en un espacio pensado para la población.

CULTURA, TERRITORIO Y COMUNIDAD: PROPUESTA DE PLAZA DE MERCADO EN FUNZA COMO ESPACIO DE ENCUENTRO Y COMERCIO LOCAL

Justificación

Teniendo en cuenta que las plazas de mercado son espacios donde no solo los campesinos agricultores pueden explotar su economía, ofertar sus productos sanos y frescos e intercambiar costumbres y tradiciones, sino además son oportunidades de crecimiento social donde no importa la raza el color, el estatus social o condición económica para tejer lazos de amistad, servicio e intercambiar saberes; es indispensable mitigar el riesgo que estas desaparezcan por falta de apoyo gubernamental o competencia de otras líneas de mercado más individuales que no les interesa conservar muchas costumbres y tradiciones

En razón a lo anterior este proyecto tiene como objetivo principal diseñar una plaza de mercado en el Municipio de Funza Cundinamarca a fin de recuperar este tipo de espacios de gran importancia para la comunidad rural y urbana, restableciendo dinámicas socioculturales, económicas, ambientales y comerciales sostenibles que motiven a los agricultores a conservar su cultura

Para lograrlo, es necesario investigar antecedentes e historia de la plaza de mercado de este municipio, evaluando el impacto que ha tenido en la comunidad a nivel. Social, ambiental y económico, a fin de establecer estrategias concretas que ayuden a recuperar estos espacios como oportunidades de crecimiento en el tejido social

Funza Cundinamarca, requiere urgente una plaza de mercado que contemple la posibilidad de un diseño innovador, creativo y de confort para toda la comunidad, donde no solo se vea la dinámica comercial sino además sea un espacio para compartir de sano esparcimiento e intercambiar saberes y costumbres que poco a poco han ido desapareciendo

CULTURA, TERRITORIO Y COMUNIDAD: PROPUESTA DE PLAZA DE MERCADO EN FUNZA COMO ESPACIO DE ENCUENTRO Y COMERCIO LOCAL

Planteamiento del problema

La comunidad de Funza, en el departamento de Cundinamarca, se enfrenta a un reto importante relacionado con la preservación de sus tradiciones culturales y el fortalecimiento de su identidad social a través de espacios adecuados para la interacción, el comercio y la celebración de eventos culturales. La falta de una plaza de mercado que no solo sirva como un centro comercial para la venta de productos locales, sino que también sea un lugar de encuentro social y cultural, ha generado un vacío en la vida comunitaria del municipio (Delgado, 2011; Gehl, 2010). Esta carencia de espacios adecuados está contribuyendo a la pérdida de costumbres y valores que históricamente han formado parte integral de la vida en Funza, especialmente a medida que las dinámicas de mercado se transforman y las nuevas generaciones se alejan de las prácticas tradicionales de comercio y convivencia. (Sennett, 2019; Laville, 2020).

En Funza, como en muchos otros municipios de Colombia, el mercado ha sido históricamente un espacio no solo para la compra y venta de productos, sino también un centro vital de intercambio cultural, social y económico (Abadía, 1983; Carrión, 2019). Sin embargo, la falta de una plaza de mercado bien diseñada y adaptada a las necesidades actuales ha dificultado la posibilidad de fortalecer este vínculo. Actualmente, las dinámicas comerciales del municipio se han visto influenciadas por modelos de mercado más individualistas y globalizados, que tienden a estandarizar la oferta de productos y alejan a la población de sus raíces culturales (Sassen, 2015; Harvey, 2012). En lugar de fomentar la interacción comunitaria y el intercambio cultural, estos modelos de mercado promueven un comercio centrado en la maximización de beneficios a corto plazo, sin considerar los valores y las costumbres locales que han caracterizado a Funza por generaciones.

CULTURA, TERRITORIO Y COMUNIDAD: PROPUESTA DE PLAZA DE MERCADO EN FUNZA COMO ESPACIO DE ENCUENTRO Y COMERCIO LOCAL

El reto principal radica en cómo incorporar los valores tradicionales en el diseño de una nueva plaza de mercado que no solo responda a las necesidades comerciales y económicas de la población, sino que también se convierta en un espacio que fomente la interacción social, el comercio local y la celebración de tradiciones culturales (Sennett, 2019; Carrión, 2019). La plaza debe ser un lugar dinámico que integre la economía local y a la vez respete y promueva las costumbres del municipio. Sin una visión integral que contemple estos elementos, existe el riesgo de que el diseño del espacio no logre generar el impacto esperado, convirtiéndose en un lugar que, aunque funcional, no logre revitalizar el sentido de comunidad ni fortalecer la identidad cultural de Funza (Delgado, 2011; Moreno, 2020).

Uno de los aspectos clave para lograr este objetivo es la creación de un espacio flexible, adaptable a diferentes actividades culturales, comerciales y sociales. La plaza de mercado debe ser capaz de albergar eventos comunitarios, festivales, y otras actividades que celebren las tradiciones locales, mientras ofrece un ambiente adecuado para el intercambio comercial (Delgado, 2011; Sennett, 2019). Este espacio debe permitir la integración de diferentes generaciones, brindando un lugar en el que los jóvenes puedan aprender de las tradiciones de sus mayores y, al mismo tiempo, promoviendo el comercio justo, la sostenibilidad y el acceso a productos frescos y locales (Laville, 2020; Moreno, 2020).

El diseño de este espacio debe ser profundamente participativo, con un enfoque en las necesidades y deseos de los habitantes de Funza. Es esencial que tanto los comerciantes como los residentes sean parte activa del proceso de diseño para asegurar que la plaza de mercado no sea solo un proyecto técnico, sino un reflejo genuino de la comunidad (Carrión, 2019). Este enfoque participativo es fundamental para garantizar que las costumbres y valores locales sean representados de manera efectiva, creando un espacio que no solo satisfaga necesidades comerciales, sino que también promueva la cohesión social, la identidad cultural y la preservación de las tradiciones (Delgado, 2011).

CULTURA, TERRITORIO Y COMUNIDAD: PROPUESTA DE PLAZA DE MERCADO EN FUNZA COMO ESPACIO DE ENCUENTRO Y COMERCIO LOCAL

Además, la integración de criterios socioculturales y económicos en el diseño de la plaza de mercado también implica un análisis profundo de las características demográficas y económicas de la población. Se deben identificar los grupos más vulnerables dentro de la comunidad, así como los recursos locales que pueden ser aprovechados para fomentar el desarrollo económico, social y cultural (Falú, 2017). Por ejemplo, los productos tradicionales de la región deben ser el eje central de la oferta comercial, y el espacio debe facilitar su acceso tanto para los productores locales como para los consumidores. A su vez, la plaza debe contar con áreas flexibles que permitan la organización de actividades que van más allá del comercio, tales como talleres de arte, presentaciones culturales, y encuentros comunitarios que contribuyan a fortalecer los lazos sociales entre los habitantes (Sennett, 2019; Gelli, 2021).

La falta de una plaza de mercado adecuada que integre estos valores y necesidades representa una oportunidad perdida para revitalizar la identidad cultural de Funza y fomentar una comunidad más unida y participativa. Si el diseño del espacio no toma en cuenta estos elementos, puede ocurrir que se construya un mercado que, aunque cumpla con su función comercial, no logre conectar con las expectativas de los habitantes, ni servir como un verdadero motor para el desarrollo cultural y social de la región (Delgado, 2011; Moreno, 2020). Esto podría resultar en una plaza de mercado que no cumpla con el objetivo de fortalecer las costumbres locales, y que incluso propicie una mayor desconexión entre las nuevas generaciones y sus raíces.

Por lo tanto, es fundamental llevar a cabo un estudio exhaustivo que permita comprender las necesidades socioculturales y económicas de Funza, identificar los valores y las tradiciones que deben ser incorporadas al diseño de la plaza de mercado y, finalmente, crear un espacio flexible que integre el comercio local, la interacción social y la celebración de la cultura. Este estudio debe contemplar la

CULTURA, TERRITORIO Y COMUNIDAD: PROPUESTA DE PLAZA DE MERCADO EN FUNZA COMO ESPACIO DE ENCUENTRO Y COMERCIO LOCAL

participación activa de la comunidad para garantizar que el diseño de la plaza de mercado sea un reflejo fiel de la identidad y los deseos de los habitantes de Funza, contribuyendo así a fortalecer el tejido social, promover el comercio justo y celebrar las tradiciones que han definido a esta región por generaciones.

CULTURA, TERRITORIO Y COMUNIDAD: PROPUESTA DE PLAZA DE MERCADO EN FUNZA COMO ESPACIO DE ENCUENTRO Y COMERCIO LOCAL

Objetivos

Objetivo General

Incorporar valores tradicionales en el diseño de una plaza de mercado en Funza, integrando criterios socioculturales y económicos de la comunidad. Se busca crear áreas flexibles que fomenten la interacción social, el comercio local y la celebración de eventos culturales, adaptándose a las costumbres y necesidades de los habitantes

Objetivos Específicos

1. Realizar un análisis histórico, sociocultural y económico de la plaza de Funza y las razones por las cuales ha perdido su funcionalidad.
2. Realizar la implantación del predio para el desarrollo del proyecto bajo los criterios que permitan potenciar la interacción de la normatividad y funcionalidad.
3. Diseñar la plaza de mercado bajo los criterios de estrategias de diseño que evidencian los conceptos que se están manejando.

Pregunta Problema

¿Cómo Incorporar valores tradicionales en el diseño de una plaza de mercado en Funza, integrando criterios socioculturales y económicos de la comunidad para fomentar la interacción social, el comercio local y la celebración de eventos culturales, adaptándose a las costumbres y necesidades de los habitantes a través del diseño de áreas flexibles?

CULTURA, TERRITORIO Y COMUNIDAD: PROPUESTA DE PLAZA DE MERCADO EN FUNZA COMO ESPACIO DE ENCUENTRO Y COMERCIO LOCAL

Hipótesis

La creación de una nueva plaza de mercado en Funza, Cundinamarca, que contemple consideraciones arquitectónicas y de diseño urbano adaptadas a las dinámicas socioculturales, comerciales y económicas de la comunidad, resultará en un espacio multifuncional que no solo actúa como un centro de intercambio comercial, sino que también promueva el aprendizaje, la interacción social y el desarrollo sostenible.

Se propone que, al integrar áreas educativas dedicadas a huertas urbanas y talleres de oficios tradicionales, se facilitará la participación activa de los habitantes, especialmente de las nuevas generaciones y de los adultos mayores. Este diseño permitirá que la plaza funcione como un laboratorio comunitario, donde los conocimientos ancestrales sobre agricultura y artesanía se transmitan de manera práctica, fomentando así el interés en las tradiciones locales y el comercio de proximidad.

Además, se hipotetiza que la incorporación de espacios versátiles, accesibles y sostenibles en términos de materiales y energía, contribuirá a la creación de un entorno acogedor que incentive la convivencia y el sentido de pertenencia entre los habitantes de Funza. Al priorizar la inclusión de áreas verdes, mobiliario urbano amigable y una disposición que facilite el flujo de personas, se espera que la plaza se convierta en un lugar vibrante que atraiga a la comunidad, promueva la cohesión social y genere un impacto positivo en la economía local.

Por último, se anticipa que este enfoque holístico en el diseño arquitectónico y urbano no solo revitalizará la identidad cultural de Funza, sino que también fortalecerá la resiliencia de la comunidad frente a los desafíos contemporáneos, creando un espacio que refleje la riqueza cultural y el potencial económico de la región.

CULTURA, TERRITORIO Y COMUNIDAD: PROPUESTA DE PLAZA DE MERCADO EN FUNZA COMO ESPACIO DE ENCUENTRO Y COMERCIO LOCAL

MARCOS REFERENCIALES

Marco de antecedentes

La plaza de mercado de Funza ha sido, durante siglos, el corazón palpitante del municipio, un espacio que trasciende su función primaria como simple lugar de comercio. Esta plaza ha sido mucho más que un punto de encuentro entre vendedores y compradores; ha sido el escenario de la historia y la evolución cultural de la región (Coronado, 2010). Desde sus orígenes precolombinos hasta la actualidad, la plaza ha sido testigo de transformaciones sociales, económicas y culturales que han marcado el rumbo del municipio y han consolidado su identidad.

Antes de la llegada de los españoles, Funza estaba habitada por los muiscas, una civilización originaria de la región Andina que se caracterizaba por su organización social, política y religiosa avanzada. La plaza, en este contexto, no solo era un lugar para el intercambio de productos, sino un espacio sagrado y comunitario, donde se celebraban rituales religiosos y ceremoniales (Correa, 2004). En ella, se realizaban actividades que vinculaban a los habitantes con los dioses, como ritos de fertilidad, ofrendas y festividades que marcaban los ciclos agrícolas y las estaciones del año. La plaza de mercado también era un centro de intercambio cultural y comercial, donde los muiscas exhibían y comercializaban diversos productos agrícolas, textiles, cerámicas y otros productos artesanales que eran fundamentales para su economía y su vida cotidiana. Este espacio se configuraba como un punto neurálgico de la vida social, política y religiosa de la comunidad, un lugar de encuentro no solo para el intercambio económico, sino también para la consolidación de la identidad cultural (Correa, 2004).

Con la llegada de los conquistadores españoles en 1537, la estructura social y cultural de la región experimentó una transformación profunda. La llegada de los colonizadores implicó la imposición de nuevas costumbres, religiones y formas de organización social (Correa, 2004). No obstante, la plaza

CULTURA, TERRITORIO Y COMUNIDAD: PROPUESTA DE PLAZA DE MERCADO EN FUNZA COMO ESPACIO DE ENCUENTRO Y COMERCIO LOCAL

de mercado mantuvo su relevancia como punto de encuentro, aunque comenzó a desempeñar un nuevo papel en el marco de la colonización. En lugar de las prácticas religiosas y ceremoniales propias de los muiscas, la plaza comenzó a ser utilizada para actividades de tipo comercial y social que integraban las nuevas dinámicas coloniales. El mestizaje cultural que surgió a raíz de la interacción entre las costumbres indígenas y las influencias europeas también comenzó a manifestarse en la plaza, dando lugar a una fusión de tradiciones que, aunque diversas, se entrelazaban para formar la base de la identidad social y cultural que caracteriza a Funza hoy en día (Correa, 2004).

A lo largo de los siglos posteriores, la plaza de mercado siguió siendo un espacio esencial para la vida cotidiana de los habitantes de Funza. En el siglo XX, con el auge de la economía agrícola, la plaza se consolidó como el centro de intercambio de productos locales, especialmente de los campesinos de la región. Los agricultores comenzaron a traer sus productos frescos y artesanales a la plaza, lo que no solo les permitió obtener ingresos, sino también fortaleció la cohesión social y la identidad local. Los vínculos entre productores y consumidores se estrecharon, y la plaza se transformó en un espacio no solo para el comercio, sino también para el encuentro social y la creación de redes de apoyo entre los habitantes (Coronado, 2010). La plaza de mercado fue, entonces, el lugar donde se tejían las relaciones interpersonales, donde se compartían historias, costumbres y tradiciones, y donde se celebraban los logros comunitarios (Coronado, 2010).

Además de ser un centro económico, la plaza se convirtió en un eje de la vida cultural de Funza. En este espacio, se celebraban fiestas populares, actividades recreativas y eventos culturales que reunían a toda la comunidad. Las festividades religiosas, como las de la Virgen del Carmen, y otras celebraciones tradicionales eran acompañadas de mercados, danzas y música que reflejaban las raíces mestizas de la región (Coronado, 2010). Así, la plaza de mercado no solo era un espacio de intercambio

CULTURA, TERRITORIO Y COMUNIDAD: PROPUESTA DE PLAZA DE MERCADO EN FUNZA COMO ESPACIO DE ENCUENTRO Y COMERCIO LOCAL

de bienes, sino también de intercambio cultural, donde las manifestaciones artísticas y las prácticas culturales se vivían en su máxima expresión. Las generaciones más jóvenes podían aprender de sus mayores, participando en eventos que les permitían conectar con las tradiciones de la comunidad (Coronado, 2010).

Sin embargo, en los últimos años, la plaza de mercado ha comenzado a perder su rol central en la vida de Funza. La modernización y el crecimiento de la población han traído consigo nuevos desafíos para el espacio tradicional de la plaza. La globalización y la llegada de nuevos modelos comerciales, más individualistas y menos centrados en la comunidad, han cambiado las dinámicas del comercio local (Sassen, 2015; Harvey, 2012). En muchos casos, los productos frescos y artesanales que anteriormente se vendían en la plaza han sido sustituidos por productos industriales o de grandes cadenas comerciales, lo que ha provocado una despersonalización del comercio en la región (Laville, 2020). Además, la plaza ha quedado rezagada frente a las nuevas infraestructuras y centros comerciales que ofrecen una experiencia de compra más rápida y cómoda, lo que ha disminuido la afluencia de personas a la plaza y ha afectado la interacción social que anteriormente caracterizaba este espacio (Gehl, 2010).

Este vacío en la plaza de mercado ha resultado en una desconexión progresiva de las nuevas generaciones con las tradiciones locales. El alejamiento de los jóvenes de los espacios de encuentro tradicionales ha reducido la transmisión de conocimientos sobre las costumbres y prácticas que han definido la identidad de Funza durante siglos (Delgado, 2011). Además, la falta de un espacio adecuado para la celebración de eventos culturales y tradicionales ha ido en detrimento de la cohesión social, ya que los habitantes del municipio ya no cuentan con un lugar común para compartir y celebrar sus costumbres (Sennett, 2019).

CULTURA, TERRITORIO Y COMUNIDAD: PROPUESTA DE PLAZA DE MERCADO EN FUNZA COMO ESPACIO DE ENCUENTRO Y COMERCIO LOCAL

En este contexto, se hace necesario repensar el diseño y la función de la plaza de mercado, con el objetivo de recuperar su papel central en la vida de la comunidad. La revitalización de la plaza debe ser entendida como un proceso integral que no solo busca recuperar el comercio local, sino también fomentar la interacción social, la participación ciudadana y la celebración de las tradiciones culturales que han sido el fundamento de la identidad de Funza (Carrión, 2019). El diseño de un nuevo espacio debe integrar áreas flexibles que permitan la realización de actividades comerciales, culturales y sociales, promoviendo la inclusión de todos los sectores de la población, desde los comerciantes hasta los jóvenes, y garantizando que la plaza siga siendo un reflejo de la diversidad cultural y las costumbres locales (Gehl, 2010; Sennett, 2019).

La plaza de mercado de Funza no puede seguir siendo un espacio estático y aislado. Debe convertirse en un lugar vivo, dinámico y adaptable a las necesidades cambiantes de la comunidad. Para ello, es fundamental recuperar su carácter como centro de intercambio cultural y social, un espacio en el que los habitantes de Funza puedan reencontrarse con sus raíces, fortalecer su sentido de pertenencia y celebrar las tradiciones que han sido transmitidas de generación en generación. En este proceso, la plaza de mercado debe asumir una vez más su papel como un símbolo de la identidad colectiva de la comunidad, un lugar de encuentro entre el pasado, el presente y el futuro de Funza.

Marco teórico

El diseño de una nueva plaza de mercado en el Municipio de Funza, Cundinamarca, exige un enfoque teórico integral que responde a las dinámicas sociales, económicas urbanas y culturales actuales. Esta sección explorará la pérdida de funcionalidad de los espacios públicos, el rol de las plazas como nodo culturales y económicos, y el enfoque contemporáneo del urbanismo desde la sostenibilidad, residencia y participación.

CULTURA, TERRITORIO Y COMUNIDAD: PROPUESTA DE PLAZA DE MERCADO EN FUNZA COMO ESPACIO DE ENCUENTRO Y COMERCIO LOCAL

- ***La pérdida de funcionalidad del espacio público y su dimensión simbólica.***

En muchos contextos urbanos, los espacios públicos han perdido su valor original debido a la transformación de las dinámicas sociales, el auge del comercio formal y digital, la privatización del espacio urbano y la desconexión entre diseño y realidad comunitaria, esta pérdida se traduce en la subutilización de espacios que anteriormente eran relevantes para la interacción social (Lefebvre, 1991; Sennett, 2019).

Aldo Rossi (1966) en “La arquitectura de la ciudad”, acuza el término “hecho urbano” para referirse a los elementos arquitectónicos que permanecen en la memoria colectiva como símbolos urbanos, más allá de su uso original. Para Rossi, una plaza de mercado no debe entenderse únicamente por su función comercial, sino por su valor simbólico y cultural en la consolidación de la identidad colectiva.

Jan Gehl (2010) en “Ciudades para la gente”, señala que los espacios funcionales se diseñan pensando en las personas. La escala humana, la interacción social y la accesibilidad son claves para crear espacios significativos. Gehl destaca que una plaza debe ofrecer posibilidades para caminar, descansar, observar y participar activamente.

Otros autores como Jose Maria Ezquiaga (2016), argumentan que la fragmentación urbana contemporánea ha dejado zonas en desuso que pueden ser resignificadas a través de intervenciones que articulen tejido social, infraestructura verde y nuevos usos.

- ***La plaza de mercado como núcleo cultural, social y económico.***

CULTURA, TERRITORIO Y COMUNIDAD: PROPUESTA DE PLAZA DE MERCADO EN FUNZA COMO ESPACIO DE ENCUENTRO Y COMERCIO LOCAL

Las plazas de mercado han sido históricamente más que espacios de comercio, representan escenarios de intercambio simbólico, dinámicas sociales intergeneracionales y resistencia cultural frente a los modelos de consumo globalizado (Carrión, 2019; Laville, 2020).

Saskia Sassen (2015), en "Expulsiones: brutalidad y complejidad en la economía global", advierte como la lógica neoliberal ha desplazado a comunidades tradicionales, expulsándoles de sus espacios históricos, en este contexto, la plaza de mercado aparece como un bastión de resistencia, donde se mantiene el comercio local y la cohesión comunitaria.

Richard Sennett (2018) en "Construir y habitar: Ética para la ciudad", presenta el concepto de "cuidad abierta" como un modelo que promueve espacios urbanos adaptables, donde se acepta el conflicto positivo y fomenta la diversidad, las plazas de mercado, por su configuración diversas y espontánea, representan este tipo de espacios donde convergen múltiples formas y estilos de vida.

Jean-Louis Laville (2020) sostiene que las plazas locales pueden transformarse en nodos de economía social y solidaria, donde los vínculos de confianza, la cooperación y la producción local, son pilares fundamentales. La plaza de mercado, bajo esta mirada, es más que un punto de venta; es una red de intercambios sociales que sostiene la vida cotidiana.

Autores como Ana Falú (2017), proponen que el espacio público también debe leerse desde el enfoque de género, las plazas de mercado pueden ser espacios donde las mujeres ejercen ciudadanía activa, especialmente en contextos rurales donde muchas lideran actividades comerciales. Diseñar con enfoque inclusivo promueve justicia espacial y participación equitativa.

Otros enfoques relevantes incluyen el de Manuel Delgado (2011), quien considera que los espacios públicos deben permitir la ocupación espontánea y no ser excesivamente normativizados. En

CULTURA, TERRITORIO Y COMUNIDAD: PROPUESTA DE PLAZA DE MERCADO EN FUNZA COMO ESPACIO DE ENCUENTRO Y COMERCIO LOCAL

su visión, los mercados representan el “caos” controlado que permite la convivencia de múltiples voces y prácticas.

- ***Diseño urbano contemporáneo: sostenibilidad, resiliencia y participación.***

El diseño urbano actual debe ser resiliente a las crisis ambientales, económicas y sociales, esto implica generar espacios flexibles, sostenibles y contruidos con participación real de comunidades.

Carlos Moreno (2020), con su concepto de “la ciudad de los 15 minutos”, propone ciudades descentralizadas donde las necesidades puedan cubrirse en un radio cercano. Las plazas de mercado tienen un rol vital en este modelo al actuar como núcleos comerciales, culturales y de cohesión social.

David Harvey (2012), en “Ciudades rebeldes”, plantea que el derecho a la ciudad implica participar en la producción del espacio, es decir, la ciudadanía no solo debe habitar los espacios, sino también tener incidencia directa en cómo se diseñan, gestionan y transforman.

Fernando Carrión (2019), desde la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO), ha insistido en que el diseño participativo es vital para que un espacio público tenga apropiación social, propone metodologías donde las decisiones técnicas se nutren de experiencias sociales, garantizando soluciones pertinentes, creativas y sostenibles.

Autores como Edgar Pieterse (2015), desde el enfoque del urbanismo africano, enfatizan que los espacios públicos deben ser escenarios para la innovación social. Si bien su trabajo se desarrolla en otro contexto, su visión sobre la co-creación de espacios urbanos es plenamente aplicable a proyectos comunitarios como una plaza de mercado.

Es así, como estos autores, proponen una visión crítica, plural y actualizada del espacio público como eje de transformación territorial, al considerar autores clásicos como Rossi y figura contemporáneas como Gehl, Sassen, Moreno y Harvey, se evidencia que una plaza de mercado no

CULTURA, TERRITORIO Y COMUNIDAD: PROPUESTA DE PLAZA DE MERCADO EN FUNZA COMO ESPACIO DE ENCUENTRO Y COMERCIO LOCAL

puede ser entendida solo como una infraestructura comercial, sino como un espacio simbólico, socialmente activo y culturalmente cargado. El caos de Funza, Cundinamarca, se configura como una oportunidad de resignificar un espacio histórico desde un enfoque participativo, sostenible y resiliente. La articulación entre memoria colectiva, necesidades contemporáneas y proyección futura es el eje que debe guiar su diseño, garantizando un entorno que favorezca, la equidad, la identidad y el desarrollo social integral.

Marco Conceptual

A fin de lograr el objetivo del presente proyecto, se debe tener en cuenta los siguientes conceptos que ayudan a visualizar la sostenibilidad el mismo y a evaluar los impactos prominentes que se pueden generar a nivel social, económico y ambiental.

Resiliencia Cultural: Teniendo en cuenta que nos hablan de las variables de resiliencia es importante poniendo énfasis en los contextos en los que esta ópera y en su relación, término acuñado por Foucault. Según Joseph el modelo de resiliencia prevaleciente se caracteriza por lo que él denomina, que implica la devolución de responsabilidades a los individuos y comunidades (Joseph 2018)

Plaza de mercado: De acuerdo con Gehl (2011), las plazas de mercado permiten la interacción social y refuerzan la cohesión comunitaria al adecuar el contacto entre personas de diferentes contextos. La plaza de mercado cumple un doble rol:

1. Económico: Nodo de comercio que fomenta la sostenibilidad de pequeños productores y comerciantes, promoviendo economías locales

CULTURA, TERRITORIO Y COMUNIDAD: PROPUESTA DE PLAZA DE MERCADO EN FUNZA COMO ESPACIO DE ENCUENTRO Y COMERCIO LOCAL

2. Cultural: Representa riqueza cultural de una región, en la diversidad de productos, practicas culinarias y tradiciones

3. Social: Lugar de encuentro donde se generan relaciones de confianza, solidaridad y pertenecía.

Según Lefebvre (1991) Las plazas de mercado son producidos y reproducidos por las interacciones humanas que ocurren en ellos. Significa que las plazas no son únicamente contenedores físicos, adquiere significado a través de las prácticas y relaciones de sus usuarios.

La pérdida de la función y la flexibilidad espacial

Lefebvre (1991) los espacios no son meros contenedores físicos, sino el resultado de interacciones sociales y culturales. La pérdida de función ocurre cuando estas dinámicas sociales se ven interrumpidas, ya sea por el diseño rígido del espacio. En este sentido, la flexibilidad espacial es clave para garantizar la sostenibilidad y relevancia de los espacios, ya que permite su transformación y reutilización.

Dovey (2010) argumenta que la flexibilidad espacial es fundamental para la vitalidad urbana, pues permite que los espacios evolucionen junto con las sociedades que los habitan. Un diseño que favorece múltiples usos y la integración comunitaria fomenta una mayor resiliencia.

Integración de cultura y diseño

Teniendo en cuenta que dentro del presente proyecto es importante resaltar los valores como uno de los elementos más relevantes. Entendemos por cultura como un conjunto de creencias y valores

CULTURA, TERRITORIO Y COMUNIDAD: PROPUESTA DE PLAZA DE MERCADO EN FUNZA COMO ESPACIO DE ENCUENTRO Y COMERCIO LOCAL

compartidos que da forma al significado de cada comunidad y que le suministra las reglas de conducta estilos de actuación y una aceptación de la realidad de su entorno circulante o donde se desarrollan (Carranza, 1998).

Mientras que en el diseño es particular ordenación de los procesos y características estructurales que permiten mejorar la eficiencia y adaptabilidad de la organización (Valle Cabrera, 1986)

Adaptabilidad a las costumbres: el diseño, como disciplina en el marco de la modernidad, se ha constituido como vehículo de transformación social, adaptándose constantemente a los cambios culturales, tecnológicos y funcionales de la sociedad. Esta práctica no solo responde a necesidades funcionales inmediatas, sino que se transforma con las circunstancias históricas, sociales y económicas del entorno donde se desarrolla. En este sentido, Otl Aicher planteaba que el diseño consiste esencialmente en adaptar los productos a las condiciones cambiantes de su contexto, afirmando que “en este mundo que cambia, también los productos tienen que cambiar” (Aicher, 1994, p. 18). Así, el diseño arquitectónico no puede concebirse de manera estática, sino como una herramienta dinámica en constante interacción con los valores, costumbre y expectativas de la comunidad.

Integración de criterios socioculturales y económicos en el diseño

Los proyectos arquitectónicos contemporáneos requieren una mirada integral que conecte aspectos culturales, sociales y económicos. La arquitectura no solo moldea espacios físicos, sino que también incide en el desarrollo humano y colectivo. En esta línea, Julio Carranza sostiene que la cultura debe ocupar un lugar central en el proceso de desarrollo, al plantear que la política cultural eficaz no puede limitarse a la promoción artística, sino que debe contribuir a la construcción de estructuras sociales que permitan el despliegue pleno de potencial humano (Carranza, 1998). Esta perspectiva

CULTURA, TERRITORIO Y COMUNIDAD: PROPUESTA DE PLAZA DE MERCADO EN FUNZA COMO ESPACIO DE ENCUENTRO Y COMERCIO LOCAL

propone un enfoque interinstitucional del desarrollo donde el diseño y la arquitectura actúan como medios articuladores entre necesidades materiales y valores culturales.

Diseño se áreas flexibles

La flexibilidad en la arquitectura se refiere a la capacidad de un edificio para adaptarse a distintos usos, configuraciones espaciales y necesidades cambiantes a lo largo del tiempo. Esta cualidad ha sido una preocupación constante desde mediados del siglo XX, especialmente a raíz de los cambios que trajo consigo la industrialización y la vida urbana contemporánea. Dovey (2010) describe la flexibilidad como una condición indispensable para responder a las dinámicas sociales emergentes. Por su parte, Walter Gropius ya advertía en 1954 que la arquitectura debía tener la capacidad de incorporar “la dinámica de la vida moderna” (Gropius, 1954, p. 157). Mas recientemente, Richard Rogers destacó que los edificios ya no representan estructuras estáticas, sino que conciben como espacios abiertos y transformables que acompañan la movilidad y la diversidad de usos de la sociedad actual (Rogers, 2015). Esta visión respalda la necesidad de proyectar espacios públicos que puedan ser reconfigurados para distintas funciones, como ferias, mercados, eventos culturales y encuentros comunitarios.

Marco Normativo

Para la implementación del proyecto en municipio de Funza Cundinamarca, de conformidad con lo indicado en por el Departamento Nacional de Planeación en su documento construcción y dotación de una plaza de mercado versión 2, se deben tener en cuenta los siguientes referentes normativos (Departamento Nacional de Planeación [DNP], 2018).

CULTURA, TERRITORIO Y COMUNIDAD: PROPUESTA DE PLAZA DE MERCADO EN FUNZA COMO ESPACIO DE ENCUENTRO Y COMERCIO LOCAL

El predio destinado para la construcción de la nueva plaza de mercado debe localizarse dentro del casco urbano del municipio, en un punto de fácil acceso para la mayoría de los habitantes. Su propiedad debe estar legítimamente registrada a nombre de la administración municipal, como titular oficial del bien (Departamento Nacional de Planeación [DNP], 2018).

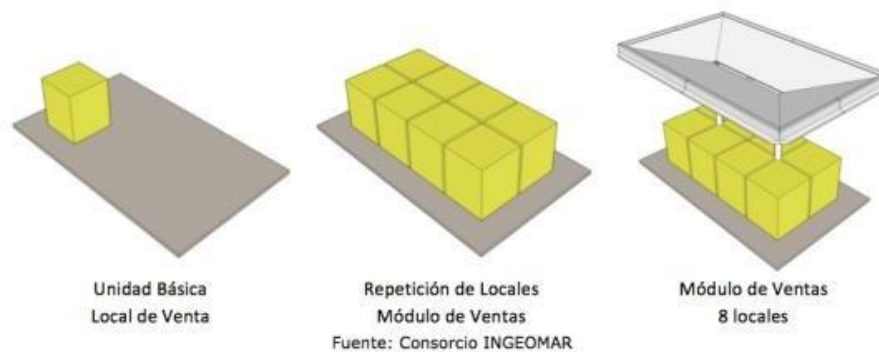


Ilustración 1 Esquema modular de unidades de venta: de la unidad básica al módulo techado de 8 locales.

<https://proyectostipo.dnp.gov.co/images>

Sistema

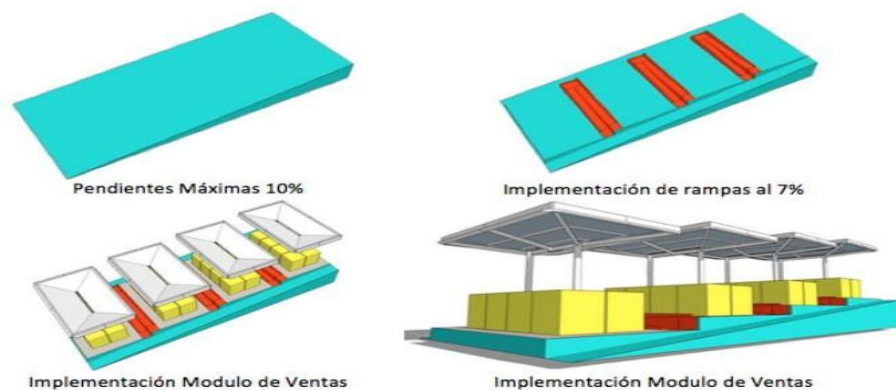


Ilustración 2 Implementación de módulos de ventas sobre plataforma inclinada con rampas de accesibilidad.

<https://proyectostipo.dnp.gov.co/images>

CULTURA, TERRITORIO Y COMUNIDAD: PROPUESTA DE PLAZA DE MERCADO EN FUNZA COMO ESPACIO DE ENCUENTRO Y COMERCIO LOCAL

el sistema adoptado para el diseño de esta plaza contempla un enfoque modular. Esta estrategia responde a la diversidad de condiciones topográficas y geométricas que presentan los predios disponibles en diferentes municipios. El sistema modular permite que cada componente se adapte a necesidades específicas, asegurando flexibilidad tanto en municipios de gran escala como en localidades mas pequeñas. Esta versatilidad facilita el desarrollo de un modelo replicable, adaptable a distintas realidades.

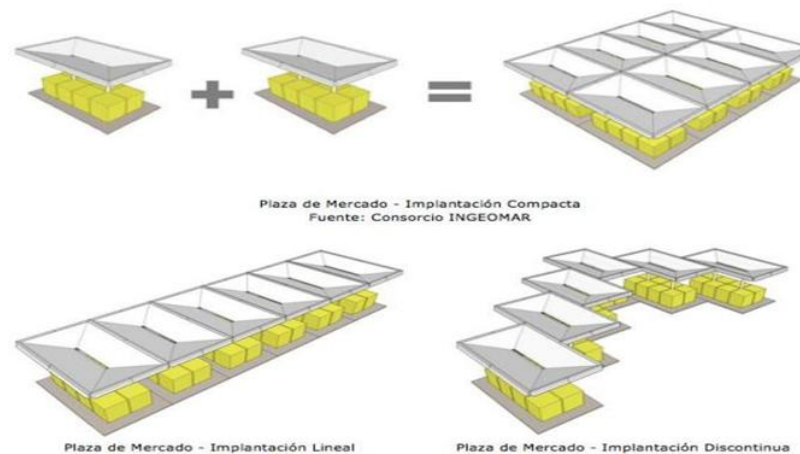


Ilustración 3 Esquemas de implantación arquitectónica de la plaza de mercado: compacta, lineal y discontinua.

Fuente: Consorcio INGEOMAR

La cantidad de módulos implementados dependerá del estudio de oferta y demanda que realice cada municipio en función de su actividad comercial, además, este sistema ofrece ventajas como la posibilidad de estandarizar procesos constructivos y ejercer mayor control sobre los costos, al tiempo que permite adaptarse a distintas configuraciones del terreno.

CULTURA, TERRITORIO Y COMUNIDAD: PROPUESTA DE PLAZA DE MERCADO EN FUNZA COMO ESPACIO DE ENCUENTRO Y COMERCIO LOCAL

Fundamentos jurídicos aplicables

De acuerdo a lo establecido en la Constitución Política de Colombia, el país es un Estado social de derecho, descentralizado, democrático y participativo, que se fundamenta en el respeto por la dignidad humana y en la prevalencia del interés general (Constitución Política de Colombia, 1991, art. 1). Dentro de sus fines esenciales se encuentran servir a la comunidad, promover la prosperidad general, garantizar los derechos y facilitar la participación de todos los ciudadanos en la vida económica, política y cultural del país (Constitución Política de Colombia, 1991, art. 2).

Además, se reconoce que los bienes de uso público, como parques, plazas y tierras comunales, son inalienables, imprescriptibles e inembargables, lo que asegura su protección como patrimonio colectivo (Constitución Política de Colombia, 1991, art. 63). En esta misma línea, El Estado tiene el deber de velar por la protección de estos bienes y garantizar su destinación al uso común, que prevalece sobre cualquier interés particular (Constitución Política de Colombia, 1991, art. 82).

Desde el ámbito legal, el Código Civil colombiano establece que los bienes cuyo dominio pertenece a la Republica y cuyo uso es compartido por todos los ciudadanos, como plazas y caminos, se consideran bienes públicos de uso común. Aquellos que pertenecen al Estado, por cuyo uso no es general, se clasifican como bienes fiscales (Código Civil, art. 674).

El complemento, la Ley 9 de 1989 autoriza a los municipios a crear entidades que administren desarrollen y financien el espacio público. También permite que estas funciones puedan ser contratadas con entidades privadas, bajo supervisión de las autoridades locales (Ley 9 de 1989, art. 7).

En lo referente a las condiciones sanitarias, la Ley 9 de 1979 y sus decretos modificatorios establecen las bases normativas para garantizar la salubridad de los espacios de comercio y encuentro público (Ley 9 de 1979), específicamente la Resolución 2674 de 2013 reglamente los requisitos que

CULTURA, TERRITORIO Y COMUNIDAD: PROPUESTA DE PLAZA DE MERCADO EN FUNZA COMO ESPACIO DE ENCUENTRO Y COMERCIO LOCAL

permiten cumplir los establecimientos que manipulan alimentos, desde su fabricación hasta su comercialización (Resolución 2674 de 2013).

En cuanto a la seguridad escritural, del Decreto 926 de 2021 establece que toda construcción debe cumplir con los lineamientos de la Norma Sismo Resistentes colombiana (NSR-10), lo cual aplica para plazas públicas y mercados (Decreto 926 de 2010).

También se incluyen normativas técnicas para instalaciones eléctricas y de alumbrado. Entre ellas, se destacan la Resolución 90708 de 2013, que reglamenta el RETIE; la Resolución 180540 de 2010, que corresponde al RETILAP; y las normas técnicas como la NTC 2050, NTC4552 Y NTC 1669, que regulan aspectos eléctricos, protección contra rayos e infraestructura urbana (ICONTEC, 2011; Ministerio de Minas y Energía, 2013; 2010).

A nivel internacional, se considera la NFPA 72, que regula los sistemas de alarma contra incendios (NFPA, 2019), y la norma ANSI/TIA 568, que rige los estándares de cableado estructurado en telecomunicaciones (ANSI/TIA, 2012).

En lo ambiental, el Decreto 1076 de 2015 compila las disposiciones del sector ambiental, incluyendo las normas sobre protección de recursos naturales. Asimismo, el Decreto 1608 de 1978 reglamenta la fauna silvestre del país, junto con la Resolución 383 de 2010, que declara las especies amenazadas en el territorio nacional (Ministerio de Ambiente, 2015; Ministerio de Agricultura, 1978; Resolución 383 de 2010).

CULTURA, TERRITORIO Y COMUNIDAD: PROPUESTA DE PLAZA DE MERCADO EN FUNZA COMO ESPACIO DE ENCUENTRO Y COMERCIO LOCAL

Metodología

Fase	Objetivo	Actividades / Subfases	Acciones	Resultado Esperado
Fase 1 investigación y análisis	Construir el marco conceptual, histórico y sociocultural que fundamenta el diseño de la plaza de mercado.	Revisión documental y bibliográfica: contextualizar la plaza de Funza en su dimensión histórica, social y cultural.	- Identificar textos académicos, normativos y archivos históricos. - Investigar transformaciones de plazas de mercado en Colombia y su papel cultural.	Base teórica sólida que enmarque las problemáticas y oportunidades de las plazas de mercado.
		Análisis sociocultural y económico: comprender el uso actual de los espacios públicos por parte de la comunidad.	- Realizar entrevistas semiestructuradas a comerciantes y usuarios. - Registrar dinámicas de uso: horarios, flujos, actividades. - Fomentar espacios de discusión con actores clave.	Diagnóstico integral desde lo social, cultural y económico como guía de diseño.
		Análisis histórico: reconstruir la evolución de la plaza y su vínculo con la comunidad.	- Consultar archivos municipales y bibliotecas locales. - Comparar roles históricos con transformaciones urbanas actuales. - Estudiar casos de éxito en revitalización de plazas en otros municipios.	Comprensión integral del valor histórico de la plaza y aprendizajes de experiencias comparables.
Fase 2 Diagnóstico y evaluación	Caracterizar las condiciones del lugar y garantizar viabilidad normativa y funcional.	Levantamiento del lugar: documentar el estado del terreno y su entorno.	- Mapeo del área - Levantamiento topográfico - Inventario de infraestructura y conectividad vial	Planos actualizados y análisis del potencial urbano del sitio.
		Evaluación normativa: garantizar el cumplimiento legal y ambiental.	- Revisión del POT de Funza - Análisis de leyes y normas nacionales - Identificación de restricciones ambientales	Marco normativo para un diseño legal y sostenible.

CULTURA, TERRITORIO Y COMUNIDAD: PROPUESTA DE PLAZA DE MERCADO EN FUNZA COMO ESPACIO DE ENCUENTRO Y COMERCIO LOCAL

		Diagnóstico funcional: identificar problemas actuales y requerimientos futuros.	- Analizar patrones de movilidad - Evaluar capacidad del lugar para actividades - Identificar barreras de inclusión social y económica	Listado estructurado de necesidades funcionales y elementos a mejorar.
Fase 3 Diseño y proyección de estrategias	Formular soluciones arquitectónicas coherentes con el contexto y la comunidad.	Estrategias de diseño: integrar identidad, sostenibilidad y flexibilidad.	- Diseñar espacios multifuncionales - Usar materiales locales y formas tradicionales - Incluir zonas verdes, descanso y espacios inclusivos	Propuesta conceptual equilibrada entre tradición y modernidad.
		Validación participativa: asegurar que el diseño refleje las expectativas ciudadanas.	- Talleres con líderes comunitarios - Presentación de bocetos y renders para retroalimentación - Ajustes según aportes de la comunidad	Diseño validado socialmente, con enfoque resiliente y sostenible.
		Desarrollo del Proyecto Final: consolidar una propuesta técnica lista para ejecutarse.	- Elaboración de planos arquitectónicos - Generación de renders y visualizaciones 3D - Creación de manual de mantenimiento	Documento técnico completo, viable y listo para su materialización.

Tabla 1 Metodología por fases para el diseño de la plaza de mercado de Funza

CULTURA, TERRITORIO Y COMUNIDAD: PROPUESTA DE PLAZA DE MERCADO EN FUNZA COMO ESPACIO DE ENCUENTRO Y COMERCIO LOCAL

Cronograma

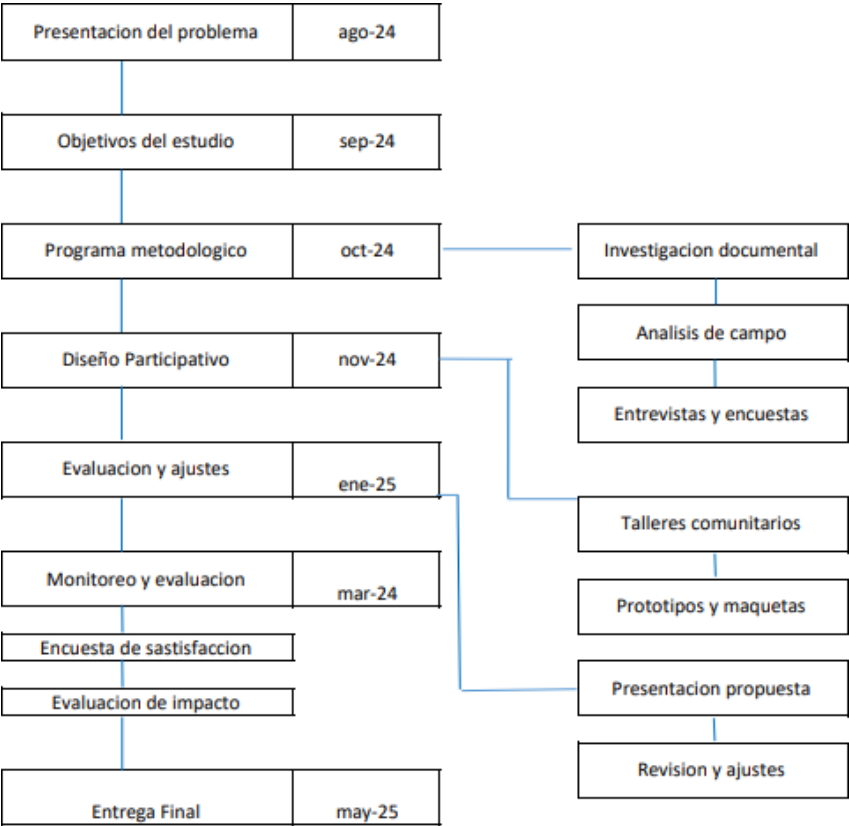


Ilustración 4 Cronograma de actividades por fases del proyecto

Conclusiones

La investigación permitió evidenciar que las plazas de mercado no son únicamente espacios de intercambio comercial, sino estructuras profundamente arraigadas en la identidad cultural y social de las comunidades. En el caso del municipio de Funza, la desaparición y posterior ineficacia de las plazas existentes ha generado una ruptura significativa de la dinámica cultural y economía local, lo cual justifica la necesidad urgente de diseñar un espacio nuevo que integre funciones económicas, sociales y culturales bajo un enfoque de sostenibilidad y participación ciudadana.

CULTURA, TERRITORIO Y COMUNIDAD: PROPUESTA DE PLAZA DE MERCADO EN FUNZA COMO ESPACIO DE ENCUENTRO Y COMERCIO LOCAL

Se concluye que la falta de una plaza de mercado adecuada ha impactado negativamente tanto la economía local como la cohesión social, provocando una pérdida de sentido de pertenencia en las nuevas generaciones y una desconexión con las prácticas tradicionales del comercio. En este sentido, el diseño de un nuevo espacio debe basarse en los principios de resiliencia cultural, adaptabilidad espacial y sostenibilidad, permitiendo así que la plaza se convierta en un punto de encuentro intergeneracional, culturalmente representativo y funcionalmente eficiente.

La propuesta arquitectónica planteada en esta monografía no se limita a una respuesta física o estructural, sino que incorpora un enfoque integral, donde el diseño urbano dialoga activamente con las necesidades y aspiraciones de la comunidad. Se reafirma que, para lograr un impacto positivo duradero, el diseño debe ser participativo, inclusivo y sensible al contexto histórico, ambiental y normativo del municipio.

Asimismo, se ratifica que la incorporación de criterios socioculturales en el diseño de espacios públicos, especialmente en una plaza de mercado, no es un factor accesorio, sino una condición indispensable para asegurar la apropiación del espacio por parte de la comunidad. La inclusión de áreas para huertas urbanas, talleres comunitarios, zonas verdes y espacios flexibles permite resignificar el espacio como motor del desarrollo social, económico y cultural.

Finalmente, se concluye que el diseño de una plaza de mercado en Funza debe entenderse como una oportunidad estratégica para revitalizar el tejido social, fortalecer la economía campesina y rescatar el patrimonio intangible del municipio, este proyecto puede convertirse en un modelo replicable de diseño urbano participativo y resiliente, que responda a los desafíos del contexto contemporáneo sin perder la esencia identitaria del territorio.

CULTURA, TERRITORIO Y COMUNIDAD: PROPUESTA DE PLAZA DE MERCADO EN FUNZA COMO ESPACIO DE ENCUENTRO Y COMERCIO LOCAL

Resultados

El análisis histórico y cultural realizado evidencio que la plaza de mercado de Funza, desde la época prehispánica hasta el siglo XX, desempeño un papel fundamental como nodo social, cultural y económico. Sin embargo, su declive fue acelerado por factores como la modernización del comercio, la aparición de grandes superficies y la falta de políticas públicas orientadas a su protección y revitalización.

La recopilación de datos cualitativos a través de entrevistas semiestructuradas y consultas comunitarias revelo que los habitantes del municipio valoran profundamente los espacios que permiten el encuentro social y la preservación de las tradiciones, pero también demandan condiciones dignas de infraestructura, salubridad y accesibilidad. Este hallazgo confirma la hipótesis de que la plaza de mercado funcional debe integrar aspectos tradicionales con requerimientos contemporáneos.

El diagnostico urbano y normativo realizado sobre el predio propuesto permitió establecer las condiciones técnicas necesarias para su intervención, así como las limitaciones legales derivadas del POT, las normas de sismo resistencia (NSR-10) y los reglamentos sanitarios como la Resolución 2674 DE 2013. A partir de este análisis, se desarrolló un diseño que cumple con los requisitos técnicos exigidos por la legislación colombiana y las directrices del Departamento Nacional del Planeación.

La aplicación del marco teórico permitió estructurar una visión crítica y actualizada sobre el rol de los espacios públicos, integrando perspectivas de autores como Jan Gehl, David Harvey, Saskia Sassen, Richard Sennett y Carlos Moreno. Estos aportes teóricos fueron clave para fundamentar el concepto de una plaza multifuncional, sostenible, inclusiva y resiliente, como respuesta a los desafíos de urbanización contemporánea en contextos periféricos.

CULTURA, TERRITORIO Y COMUNIDAD: PROPUESTA DE PLAZA DE MERCADO EN FUNZA COMO ESPACIO DE ENCUENTRO Y COMERCIO LOCAL

Los talleres de validación participativa desarrollados con líderes comunitarios, comerciantes y habitantes permitieron ajustar la propuesta arquitectónica, reforzando elementos como el enfoque de género, la flexibilidad de los espacios y la integración de materiales tradicionales. Como resultado, se generó un diseño sensible a las necesidades reales de la población, que promueve la apropiación colectiva del espacio y fomenta el fortalecimiento de la identidad territorial.

La propuesta no solo es una solución funcional a la carencia de infraestructura, sino también una intervención urbanística que simboliza el rescate del patrimonio cultural, la dinamización de la economía local y la construcción de ciudadanía a través del espacio público.

CULTURA, TERRITORIO Y COMUNIDAD: PROPUESTA DE PLAZA DE MERCADO EN FUNZA COMO ESPACIO DE ENCUENTRO Y COMERCIO LOCAL

Lista de Referencia o Bibliografía

Abadía, G. (1983). *Compendio general del folklore colombiano* (4.ª ed.). Banco Popular.

Ángel, R. (2012). *Siga bien pueda - Festival Internacional de la Imagen 2012*. Festival Internacional de la Imagen. <http://www.festivaldelaimagen.com/es/invitados-2012/872-rafael-angel-bravo>

Carrión, F. (2019). *Espacio público y ciudad en América Latina*. FLACSO Ecuador. <https://www.flacsoandes.edu.ec/node/63271>

Coronado, C. (2010, diciembre 16). Plazas de mercado: Una tradición continua. *Apuntes de Arquitectura*. <http://apuntesdearquitecturadigital.blogspot.com/2010/12/plazas-de-mercado-una-tradicion.html>

Delgado, M. (2011). *El espacio público como ideología*. Los Libros de la Catarata. https://arxiujosepserradell.cat/wp-content/uploads/2022/11/Delgado_M_2011_El_espacio_publico_como_i.pdf

Departamento Nacional de Planeación (DNP). (2016, marzo 3). *Lineamientos para el diseño de una plaza de mercado*. <https://proyectostipo.dnp.gov.co/>

Departamento Nacional de Planeación (DNP). (2018, mayo 18). *Construcción y dotación de una plaza de mercado*. <https://proyectostipo.dnp.gov.co/images/pdf/plazademercado/PTplazademercado.pdf>

Dovey, K. (2010). *Becoming places: Urbanismo/arquitectura/identidad/poder*. Routledge.

Ezquiaga, J. M. (2016). El urbanismo de la diversidad. *Arquitectura Viva*, (184). <https://arquitecturaviva.com/articulos/el-urbanismo-de-la-diversidad>

CULTURA, TERRITORIO Y COMUNIDAD: PROPUESTA DE PLAZA DE MERCADO EN FUNZA COMO ESPACIO DE ENCUENTRO Y COMERCIO LOCAL

- Falú, A. (2017). *Mujeres y ciudad: Por una ciudadanía de las mujeres*. FLACSO Ecuador.
<https://arquitecturasfeministas.home.blog/wp-content/uploads/2020/08/ana-falu-las-mujeres-en-las-ciudades-y-metropolis.-seccion-texto-mayor.pdf>
- Gehl, J. (2010). *Ciudades para la gente*. Reverté. https://caeau.com.ar/wp-content/uploads/2018/10/cities_for_people-spanish_final_ss2.pdf
- Gehl, J. (2011). *Ciudades para la gente*. Island Press.
- Gelli, F. (2021). Urbanismo resiliente: Prácticas para un diseño participativo y sostenible. *Revista de Estudios Urbanos y Regionales*, 48(2), 215–233.
- Harvey, D. (2012). *Ciudades rebeldes: Del derecho a la ciudad a la revolución urbana*. Akal.
https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2448-64422015000300688
- Laville, J. L. (2020). *La economía solidaria: Una perspectiva internacional*. Siglo del Hombre Editores - Universidad del Rosario. <https://journals.openedition.org/rccsar/202>
- Lefebvre, H. (1991). *La producción del espacio*. Blackwell Publishing.
- Moreno, C. (2020). *La ciudad de los 15 minutos: Por un nuevo urbanismo*. Mairie de Paris / Smart City Observatory.
- Relph, E. (1976). *Place and placelessness*. Internet Archive.
<https://archive.org/details/placeplacelessne0000relp/page/n7/mode/2up>
- Rogers, R. (2015). *Ciudades para un diseño pequeño planeta*. Gustavo Gili.
- Rossi, A. (2003). *La arquitectura de la ciudad* (2.ª ed.). Gustavo Gili. (Obra original publicada en 1966).
https://perspectivasociotecnicadeldisenio.wordpress.com/wp-content/uploads/2012/03/aldo_rossi_cap1_taniagomezhuerta_queso1.pdf

CULTURA, TERRITORIO Y COMUNIDAD: PROPUESTA DE PLAZA DE MERCADO EN FUNZA COMO ESPACIO DE ENCUENTRO Y COMERCIO LOCAL

Sassen, S. (2015). *Expulsiones: Brutalidad y complejidad en la economía global*. Katz Editores.

<https://iconos.flacsoandes.edu.ec/index.php/iconos/article/view/2382/3037>

Sassen, S. (2015). *Expulsiones: Brutalidad y complejidad en la economía global* (S. Mastrangelo, Trad.).

Katz Editores. <https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/58910.pdf>

Sennett, R. (2019). *Construir y habitar: Ética para la ciudad* (1.^a ed.). Anagrama.

<https://urbanitasite.wordpress.com/wp-content/uploads/2020/04/sennet-construir-y-habitar.-c389tica-para-la-ciudad.pdf>