

CENTRO EMPRESARIAL UNE LLANO

ESTUDIANTE:

ANGELA MARIA VERA GAMBA

UNIVERSIDAD SANTO TOMAS

TUNJA

FACULTAD DE ARQUITECTURA

2017

CENTRO EMPRESARIAL UNE LLANO

ESTUDIANTE:

ANGELA MARIA VERA GAMBA

MONOGRAFÍA

DIRECTOR:

ARQUITECTO MAURICIO WAKED MACHADO

UNIVERSIDAD SANTO TOMAS

TUNJA

FACULTAD DE ARQUITECTURA

2017

AGRADECIMIENTOS

Mi más considerable agradecimiento a todas las personas que me han brindado su apoyo y a quienes sin duda alguna todos los días me contribuyen con un granito para que este proyecto de grado se haya desarrollado y terminado. Muchas son estas personas y por lo tanto muchos son los agradecimientos que me siento animada a expresar.

En primer lugar a Dios por darme vitalidad y audacia para culminar mis estudios, será siempre mi refugio ante toda adversidad.

A mis padres la imagen presente de empeño, sacrificio y dedicación en mis proyectos de vida, ellos quienes son el pilar fundamental en mi vida, su constancia y lucha insaciable han hecho de ellos el gran ejemplo a seguir y destacar, no solo para mí, sino para mi hermano.

A mi director de proyecto con quien inicié este largo camino profesional y cerré esta etapa de la vida que ya culmina, gracias por su asistencia, motivación y conocimiento que nos ayuda a ser mejores profesionales y pensar de manera más humana siempre.

Por último a mis demás familiares y amigos quienes siempre dan sus palabras de apoyo y me promovieron porque me han impulsado a seguir adelante y a continuar con mi labor, en especial a mis compañeros quienes me conocieron y trataron durante ya la culminación de mi carrera y sin embargo me aceptaron de la mejor manera.

A todos ellos muchas gracias por este proyecto, que sin ellos, no hubiese podido culminar mi etapa profesional.

DEDICATORIA

La concepción de este proyecto está dedicada a toda la comunidad empresarial de una región en progreso y con gran potencial, como lo son los Llanos Orientales Colombianos. A pesar de que no existe un apoyo consecuente para esta comunidad, día a día se esfuerzan por aprovechar sus habilidades y dar a conocer sus productos, los cuales enriquecen la economía tanto a nivel regional, como a nivel nacional.

1 CONTENIDO

1	CONTENIDO.....	5
2	TABLA DE ILUSTRACIONES.....	7
3	INTRODUCCION	8
4	PROBLEMA.....	10
4.1	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	10
4.2	PREGUNTA PROBLEMA	11
5	JUSTIFICACIÓN.....	12
6	OBJETIVOS.....	14
6.1	OBJETIVO GENERAL	14
6.2	OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	14
7	ALCANCE DEL PROYECTO.....	15
8	VIABILIDAD DEL PROYECTO.....	17
9	PERTINENCIA DEL PROYECTO.....	17
10	MARCO TEÓRICO	18
10.1	MARCO CONCEPTUAL	20
10.1.1	EMPRENDIMIENTO	20
10.1.2	EMPRENDEDOR.....	20
10.1.3	EMPRESA.....	21
10.1.4	CONDICIONES ARQUITECTÓNICAS EN EL DISEÑO DE UN CENTRO EMPRESARIAL.....	21
10.2	MARCO HISTÓRICO.....	23
10.3	MARCO CONTEXTUAL.....	25
10.3.1	RESEÑA HISTÓRICA.....	25
10.3.2	DISTRIBUCIÓN REGIONAL	26
10.3.3	LOCALIZACIÓN Y MUNICIPIOS COLINDANTES.....	26
10.3.4	DIVISIÓN POLÍTICO ADMINISTRATIVA.....	27
10.3.5	POBLACIÓN	28
11	MARCO REFERENCIAL	29
11.1	CENTRO INTERNACIONAL Y EMPRESARIAL DEL EJE CAFETERO	29
11.1.1	TIPOLOGÍA DEL CENTRO EMPRESARIAL	29
11.1.2	AMBIENTES EN CADA ZONA.....	30
11.2	RUTA N – MEDELLÍN	32

11.2.1	¿Qué hace Ruta N para que Medellín sea una ciudad innovadora? ..	32
11.2.2	¿Qué tipo de iniciativas o emprendimientos apoya Ruta N?	33
11.2.3	¿Cuál es la diferencia entre Ruta N y otros programas de apoyo al emprendimiento?.....	33
12	MARCO LEGAL.....	35
12.1	CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE COLOMBIA	35
12.2	LEY 344 DE 1996.....	35
12.3	LEY 550 DE 1999.....	35
12.4	LEY 789 E 2002	35
12.5	DECRETO 934 DE 2003	35
12.6	LEY 905 DE 2004.....	36
12.7	LEY 1014 DE 2006.....	36
12.7.1	RED NACIONAL PARA EL EMPRENDIMIENTO.....	38
12.8	SENTENCIA C-392 DE 2007	39
13	METODOLOGÍA	40
14	DESARROLLO PROPOSITIVO DEL PROYECTO	41
14.1	INVESTIGACIÓN.....	41
14.2	LOCALIZACIÓN	41
14.3	PROPUESTA.....	42
14.3.1	PROPUESTA URBANA	43
14.4	LOTE	44
14.5	PROGRAMA DE NECESIDADES.....	45
14.5.1	ZONIFICACIÓN.....	45
14.5.2	PLAN DE NECESIDADES	45
14.5.3	CUADRO DE ÁREAS.....	46
15	DESARROLLO PROYECTIVO DEL PROYECTO.....	48
15.1	ESQUEMA.....	48
15.2	EJES.....	49
15.3	PLANTA GENERAL	50
15.4	PLANOS PROYECTO	51
15.4.1	PLANTAS DE CADA UNO DE LOS NIVELES	52
15.5	DETALLES CONSTRUCTIVOS.....	59
15.5.1	FACHADAS.....	60
15.5.2	CORTES	61
15.5.3	RENDERS.....	62
16	CONCLUSIONES	65
17	BIBLIOGRAFÍA	66

2 TABLA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Sociedades Comerciales Constituidas (2014-2015).....	15
Ilustración 2 Ubicación Villavicencio en el Meta.....	27
Ilustración 3 Historia de la población.	28
Ilustración 4 Centro Internacional y Empresarial del Eje Cafetero.....	29
Ilustración 5 Ambientes en cada zona del Centro Empresarial.	31
Ilustración 6 Diagrama de relaciones de los ambientes.....	31
Ilustración 7 Ubicación Ruta N.	32
Ilustración 8 Interiores Ruta N.	34
Ilustración 9 Diagnóstico económico del municipio.	41
Ilustración 10 Ubicación.....	41
Ilustración 11 Análisis de la ciudad.	42
Ilustración 12 Concepto de la propuesta.....	43
Ilustración 13 Análisis del sector y Lote.....	44
Ilustración 14 Detalle Sistema Constructivo JOISTEC	59
Ilustración 15 Detalle de conexión entre Girder y Columna.....	59

3 INTRODUCCION

Sujeto al documento en el cual se manifiesta la investigación y análisis sobre el emprendimiento empresarial, se considera este como una alternativa opuesta a la ya conocida, que admite más libertades a quien la ejerce; el emprendimiento empresarial se fija como la iniciativa de un individuo para desarrollar un proyecto de negocios o una idea en particular que genere ingresos, formando así empresa. Es tomar acciones humanas, creativas, para construir algo de valor a partir de nada. Es la insistente búsqueda de la oportunidad sin tener los recursos disponibles; lo que requiere de misión, visión, pasión y compromiso para orientar a otros en el alcance de ese objetivo, tener disposición para tomar riesgos calculados, distinguir que ventajas aporta la pequeña, mediana y grande empresa para el desarrollo de una propio, de su entorno y de un territorio.

Cuando se trata el tema empresarial, se comenta asimismo del emprendiendo, el cual se conoce como el camino individual de crear y hacer crecer una empresa; partiendo de este concepto se va a aplicar el emprendimiento como una actividad que también debe emplearse desde el interior de una empresa ya concebida, y generar el emprendimiento corporativo para darle futuro, éxito y sostenibilidad comercial. El emprendimiento corporativo existe desde hace 20 años, y consiste en la creación de nuevas ideas y oportunidades de negocio dentro de corporaciones grandes y establecidas; existen muchas formas de hacerlo, pero lo realmente interesante radica en el perfeccionamiento del proceso de transformación de la empresa, sobre la base del personal, junto con la creación de marcos de procedimientos que promuevan el emprendimiento en toda la empresa y a todo nivel, basándose como una herramienta de creación de nuevos negocios y procedimientos, basado en los componentes básicos de la actividad emprendedora, que son la dirección, el espacio, las fronteras y el apoyo.

De acuerdo con lo ya mencionado se va a utilizar el desarrollo de las principales concepciones para el dominio del tema, determinar las limitantes que tiene el emprendimiento en países como Colombia y sus regiones más favorables, relacionar las empresas que lo han aplicado con éxito; y posteriormente desarrollar el texto desde el aspecto económico nacional, tomando como puntos importantes la creativa aplicabilidad, ética y sostenimiento de las estrategias, para que sea un diseño piloto que permita su implementación en empresas nacionales, de forma dinámica y triunfante. (Ruiz, 2017)

4 PROBLEMA

4.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El impacto del emprendimiento y la innovación sobre los negocios avanza de una manera tan rápida y tiene un alcance tan vasto, que resulta difícil entender cómo actuar para lograr los resultados que un país como Colombia busca en este frente. La evidencia internacional confirma que los niveles más altos de desarrollo corresponden a países que muestran también altos niveles de emprendimiento innovador en sus economías. Lo que está menos claro es cómo pueden llegar a ese estado las naciones como nuestro país, que aún están lejos de él.

El problema es complejo, pues el emprendimiento y la innovación se realizan realmente en tres niveles: el nivel macro del país, sus regiones y el entorno, el nivel intermedio de las empresas y el nivel básico de los individuos. El emprendimiento innovador es una actitud en las personas, una cultura y una capacidad en las empresas y una característica del contexto competitivo en los países, donde en algunos casos este fenómeno va perdiendo su valor. Estos tres niveles tienen que funcionar al mismo tiempo, pues cada uno de ellos se alimenta de los demás. Para lograr una sociedad más emprendedora, es necesario activar el potencial de las personas, las empresas y el ámbito macro y a partir de esto generar un apoyo integro a nivel de infraestructura. Para producir un emprendimiento eficaz en el país es necesario generar un favorable nivel de innovación y Colombia muestra una posición particularmente atrasada en este campo, incluso en comparación con América Latina. De acuerdo con el Departamento Nacional de Planeación, la inversión privada en tecnología en Colombia oscila entre el 15% y el 20% del total, cuando en países como México y Brasil ese porcentaje llegó en el año 2003 a 29,8% y 39,8% respectivamente. (web de Unillanos, 2015)

Por otra parte, las zonas con mayores porcentajes de productores integrados al mercado y que generen mayor emprendimiento corresponden a: 29 por ciento para la zona Oriental, 28 por ciento para el Caribe Húmedo y Caribe Seco y el 26 por ciento para las regiones de Piedemonte (Arauca, Meta, Caquetá y Casanare) y Sur (Cauca, Nariño y Valle del Cauca), los de menor porcentaje destacan la falta de comercialización y apoyo en formación empresarial en el sector comercial y agropecuario, señalan que es insuficiente el desarrollo de nuevos equipamientos que aporten a la creación de empresa en su sector, los productores consideran que al ampliar su unidad productiva, la mano de obra es considerada como el factor más disponible, mientras que el capital financiero es considerado como el factor más limitante, proyectando así un estancamiento en el desarrollo social y productivo el cual posee dichas regiones. (Web de Portafolio, 2013)

Finalmente en el ámbito local, una de las regiones más afectadas con este fenómeno como se había nombrado anteriormente es el piedemonte llanero, puntualmente la capital del Meta, la ciudad de Villavicencio, la cual posee una gran productividad y una favorable conexión con el centro del país, pero su apoyo es limitado, originando en infraestructura en el grado de importancia de mayor a menor, los siguientes sectores; el sector gubernamental con un 40 por ciento, el sector de los centros comerciales con un 35 por ciento, el sector de centros empresariales (consultorios y oficinas) con un 20 por ciento y por último y el sector de ciudadelas empresariales. Esta informalidad ocasiona altos índices de desempleo en el sector empresarial de la región y posteriormente a nivel local, convirtiendo a la capital del Meta, en la décima cuarta ciudad con más desempleo del país con un porcentaje del 11,1. (Web del DANE, 2015)

4.2 PREGUNTA PROBLEMA

¿Cómo afecta el déficit de equipamientos modernos y accesibles la calidad de vida de la población empresarial del municipio de Villavicencio?

5 JUSTIFICACIÓN

Sujeto al desarrollo económico a nivel nacional que se manifiesta en diferentes estudios en cuanto al capital humano emprendedor, Colombia ocupa el primer lugar en Latinoamérica y el 19 en el escalafón global. Igualmente, en el territorio nacional predomina una cultura a favor del emprendimiento, pues Colombia ocupa un estimable quinto puesto a nivel regional, con 53,7 por ciento, y el numero veintidós a nivel mundial, arriba de la mitad del escalafón. (Web Periodico de El Tiempo, 2014)

A partir de esto se puede expresar que el capital humano, las condiciones de demanda y el ambiente cultural propicio para los negocios de valor agregado son las principales fortalezas del piedemonte llanero en Colombia para emprender negocios, mientras que las debilidades están en el entorno social, el campo de la innovación, la educación y la tecnología. La ciudad capital de destaca por ser denomina como el gran “centro comercial de los llanos orientales” y “la puerta de entrada a los llanos orientales”, con otras ventajas como su clima, promoviendo así las estrategias que fomenten el turismo empresarial en la región.

La estrategia más relevante dentro del gobierno municipal, fue realizar un diagnóstico económico y social que beneficie el sector productivo de la región y que por medio del cual se adopta el plan de desarrollo municipal 2016-2019 “*UNIDOS PODEMOS*” y se dictan otras disposiciones para su ejecución. Dentro de este plan predomina el *EJE ESTRATEGICO ECONÓMICO*, el cual contiene; Programa: *unidos podemos fomentar el empleo*, Subprograma: *promover la creación de trabajo decente para el municipio de Villavicencio*, Programa: *unidos podemos generar desarrollo empresarial*, el cual es el más destacado y busca desarrollar un apoyo integral, capacitación, acompañamiento y seguimiento empresarial, que promueva e incentive el desarrollo empresarial a través de eventos que instimulen la competitividad y sostenibilidad en el Municipio de Villavicencio de manera eficiente logrando el fortalecimiento comercial y tecnológico y por ultimo dentro de este punto se encuentra el Subprograma: *hacer de Villavicencio una ciudad emprendedora*. En

cuanto al sector de equipamientos relacionados con el ambiente empresarial se destaca la política de mejorar y crear equipamientos modernos y accesibles los cuales aporten utilidad a la población y al desarrollo local.

Por ultimo esta estrategia busca dotar al centro de la ciudad como lugar de encuentro y acercamiento de emprendedores, crear desde luego puestos de trabajo y finalmente aportar una inversión económica estimada para la región, convirtiendo el municipio más sostenible y competitivo y así potencia el desarrollo social y productivo que este posee. (Web Mpio V/cencio, 2016)

6 OBJETIVOS

6.1 OBJETIVO GENERAL

Contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de los empresarios del municipio de Villavicencio y fortalecer el sector empresarial más importante de la ciudad, mediante una propuesta arquitectónica moderna que brinde los servicios necesarios para la dinámica de sus negocios, generando así un impacto de participación, apropiación y desarrollo.

6.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Fortalecer las dinámicas de sostenibilidad empresarial, impulsando el sector más destacado, el cual promueva al desarrollo económico en la ciudad.
- Convertir el equipamiento en un centro de integración y apoyo al emprendimiento, el cual está dotado con la infraestructura adecuada para el desarrollo de estas actividades.
- Impulsar mediante el uso de los espacios arquitectónicos, las ideas de emprendimiento de grandes, medianas y pequeñas empresas, promoviendo así la creación de empleo en el municipio de Villavicencio.

7 ALCANCE DEL PROYECTO

Este proyecto está dirigido a los empresarios ya consolidados del municipio de Villavicencio, teniendo en cuenta a la población empresarial más influyente de la ciudad como lo es el sector empresarial. Consolidando así la estructura productiva, industrial, de servicios y equipamientos de la ciudad.

Dentro de la propuesta del proyecto se encuentra favorecer directamente el centro fundacional de V/cencio con visión hacia el foco de desarrollo del municipio, a través de un equipamiento utilitario, mejorando desde luego la calidad laboral de las sociedades comerciales constituidas localmente, hablando puntualmente alrededor de 701 empresas establecidas.

SOCIEDADES COMERCIALES CONSTITUIDAS						
Sector Económico	TOTAL AÑOS				VARIACION	
	Número	Capital	Número	Capital	Absoluta	%
Agricultura, Ganadería, Caza, Silvicultura y pesca	96	\$ 5.791.320.000	89	\$ 3.545.500.000	-2.245.820.000	-38,78%
Explotación de minas y canteras	16	\$ 1.417.000.000	17	\$ 1.069.000.000	-348.000.000	-24,56%
Industrias manufactureras	81	\$ 5.364.660.000	105	\$ 3.833.088.000	-1.531.572.000	-28,55%
Suministro de Electricidad Gas, Vapor y Aire acondicionado	5	\$ 175.000.000	3	\$ 99.965.000	-75.035.000	-42,88%
Distribución de agua, evacuación y tratamiento de aguas residuales, gestión de desechos y actividades de saneamiento ambiental	32	\$ 2.824.980.000	21	\$ 487.500.000	-2.337.480.000	-82,74%
Construcción	257	\$ 17.574.710.000	227	\$ 18.483.300.000	\$ 908.590.000	5,17%
Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas	235	\$ 14.194.700.000	185	\$ 6.021.130.000	-8.173.570.000	-57,58%
Transporte y almacenamiento	162	\$ 22.469.571.000	115	\$ 25.375.950.000	\$ 2.906.379.000	12,93%
Alojamiento y servicios de comida	56	\$ 7.771.000.000	33	\$ 873.960.000	-6.897.040.000	-88,77%
Información y comunicaciones	41	\$ 805.600.000	36	\$ 549.000.000	-256.600.000	-31,82%
Actividades financieras y de seguros	43	\$ 516.700.000	37	\$ 466.370.000	-50.330.000	-9,74%
Actividades inmobiliarias	26	\$ 3.868.000.000	27	\$ 2.128.200.000	-1.739.800.000	-44,98%
Actividades profesionales, científicas y técnicas	131	\$ 5.278.400.000	139	\$ 2.815.560.000	-2.462.840.000	-46,66%
Actividades de servicios administrativos y de apoyo	123	\$ 3.043.832.000	66	\$ 1.086.419.000	-1.957.413.000	-64,31%
Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria	8	\$ 109.500.000	4	\$ 32.000.000	-77.500.000	-70,78%
Educación	27	\$ 578.400.000	21	\$ 300.000.000	-278.400.000	-48,13%
Actividades de atención a la salud humana y asistencia social	51	\$ 3.936.200.000	41	\$ 1.293.220.000	-2.642.980.000	-67,19%
Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación	9	\$ 1.266.000.000	12	\$ 280.100.000	-985.900.000	-77,88%
Otras actividades de servicios	19	\$ 188.000.000	6	\$ 66.700.000	-121.300.000	-64,52%
Totales	1.418	\$ 97.173.593.000	1.184	\$ 68.897.182.000	-28.286.411.000	-29,39%

Fuente: Cámara de Comercio de Villavicencio

Ilustración 1 Sociedades Comerciales Constituidas (2014-2015)

El proyecto aborda diferentes propuestas arquitectónicas de diseño innovadoras, es decir, se tomarán en cuenta las nuevas tecnologías que contribuyan de manera sustentable y sostenible no solo al centro empresarial planteado sino también al contexto en donde se realizará la propuesta de éste.

De acuerdo al perfeccionamiento de las condiciones y calidad de vida de los empresarios, el proyecto será una iniciativa de avance y un referente para orientar a la comunidad a desarrollar un centro empresarial en la capital de los Llanos Orientales, con la finalidad de obtener una proyección social y económica en la comunidad.

Todo el proyecto elaborado en el transcurso del semestre está basado en una investigación constante para dar solución a los diferentes requisitos que necesita un centro empresarial; el resultado se verá reflejado en el empleo de las diferentes determinantes y espacios proyectados a nivel de planimetría con una maqueta conceptual.

8 VIABILIDAD DEL PROYECTO

A continuación se indican entidades que pueden ayudar al desarrollo del proyecto y que promueven programas e ideas que fortalecen el sector comercial y empresarial, basados en el progreso de las grandes ciudades y sus contornos.

- MINISTERIO DE COMERCIO INDUSTRIA Y TURISMO
- DIAN
- MINISTERIO DE CULTURA
- INVIMA
- BANCO DE LA REPUBLICA
- SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES
- SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO
- CONSEJO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

9 PERTINENCIA DEL PROYECTO

Podemos expresar dos importantes aspectos de conveniencia alrededor del proyecto, como lo son la pertinencia económica y la social y como estas pueden contribuir al desarrollo e ejecución de la propuesta. Como se expresó anteriormente en el ámbito económico dentro del municipio de Villavicencio, se observan estadísticas de un grado de desempleo elevado y una de las causas que origina este fenómeno es la privación de apoyo en el emprendimiento. En cuanto al ambiente social, es válido destacar el mal uso o la falta de equipamientos modernos en la capital del Meta, estos aspectos pueden generar un entorno negativo, originando así estados de inseguridad dentro de la comunidad.

10 MARCO TEÓRICO

El emprendimiento es una idea muy utilizada actualmente a nivel mundial, no obstante que ha estado todo el tiempo relacionada con el ser humano presente, en el último siglo se ha desarrollado con más vehemencia, es una palabra que ha tomado transcendencia, ante la necesidad de resaltar los invariables y progresivas dificultades económicas.

En la actualidad la expresión emprendimiento en Colombia ha adquirido un puesto significativo debido a la necesidad que tienen muchos individuos para lograr el grado de independencia laboral y la estabilidad económica propia, esto preciso a los altos niveles de desempleo, y la baja característica de calidad de los cargos existentes, ha generado en las personas, el deseo de crear sus oportunos y propios recursos, empezar sus negocios, y dejar de ser empleados y pasar a ser empleadores.

En el transcurso de todo el 2016 se crearon 299.632 empresas en el país, de las cuales 76.794 fueron sociedades y 222.838 personas naturales. De las 299.632 unidades económicas creadas en este periodo, la mayor concentración se encuentra en el sector comercio (37,1%), seguido de alojamiento y servicios de comida (13,1%), industria manufacturera (10,7%), actividades profesionales y científicas (7,6%), construcción (5,8%), actividades de servicios administrativos y de apoyo (4,4%) y otras actividades de servicios (4%). Por su mayor participación en la estructura de actividad económica, estos siete sectores dan cuenta del 82,6% del total de unidades creadas.

En el plano regional, Meta se ubicó en el octavo puesto de los departamentos con mayor creación de empresas. En este análisis se observa que los que mayor aporte al crecimiento observado en el número de empresas fueron: Bogotá, Norte de Santander, Valle del Cauca, Antioquia, Cundinamarca, Atlántico, Nariño, Meta y Tolima, los cuales representan el 70,8% del crecimiento en la creación de empresas

del país el año anterior. Sin embargo falta una seguridad jurídica para que haya esa confianza inversionista que potencie el crecimiento o interés de creación de nuevas empresas en la capital del Llano al igual que la consolidación de plantas de procesamiento en la región, para la transformación de las materias primas que se producen en el departamento. (Web Periodico del Meta, 2017)

Por tanto es de gran consideración para mí generar espacios que promuevan y aporten soluciones para generar un mejor proceso de emprendimiento en la capital llanera y así se le preste un servicio de ayuda a los empresarios más destacados del municipio, siendo esta una respuesta más amable y agradable para ellos en el momento de realizar sus labores; de esta manera se puede definir y comprender de mejor forma lo que significa un centro empresarial, sus objetivos, de quiénes se ocupa y su funcionamiento.

10.1 MARCO CONCEPTUAL

10.1.1 EMPRENDIMIENTO

El emprendimiento es una expresión recientemente muy utilizada en todo el mundo. Aunque el emprendimiento siempre ha estado presente a lo largo de la historia de la humanidad, pues es congénita a ésta, en las últimas décadas, ésta concepción se ha vuelto de suma jerarquía, ante la necesidad de superar las constantes y crecientes dificultades económicas. El termino emprendimiento se refiere a la capacidad de una persona para hacer un esfuerzo adicional por alcanzar un fin u objetivo, siendo empleada también para referirse a la persona que iniciaba una nueva empresa o proyecto, término que después fue dirigido a empresarios que fueron innovadores o agregaban valor a un producto o proceso ya existente.

10.1.2 EMPRENDEDOR

La tecnología y la idea de negocio asociada es clave para la creación de una persona con el figura de emprendedor; este debe ser la persona que realiza la gestión directiva de los diferentes recursos necesarios para crear la empresa, es el protagonista en la fase de la consolidación de la empresa; la que materializa una idea para que satisfaga las necesidades o deseos de los clientes a través de un producto, sea un bien o un servicio. Se convierte en el punto de partida de la nueva empresa; su figura es condición necesaria, igual que el concepto de negocio, y tiene que equilibrar un sistema complejo; debe obtener recursos, transfigurarlos en productos y servicios, ofrecerlo a los clientes, obteniendo recursos que le compensen los gastos incurridos y den satisfacción a las partes interesadas.

10.1.3 EMPRESA

Es un método que se complementa con su alrededor plasmando una intención, de forma analítica y organizada, en la cual se da satisfacción a unas demandas y deseos de un usuario, a través de una actividad económica; requiere de una razón de ser, una misión, estrategia, objetivos, tácticas y políticas de actuación; se necesita de una visión previa y de una formulación o desarrollo estratégico de la empresa. Se debe partir de una buena definición de la misión, la planificación posterior está condicionada por dicha definición.

10.1.4 CONDICIONES ARQUITECTÓNICAS EN EL DISEÑO DE UN CENTRO EMPRESARIAL

La predisposición histórica en la gestión de la infraestructura y la tecnología en los centros destinados al ámbito empresarial de la mayoría de los países de Latinoamérica, se ha orientado a la indagación de soluciones a problemas puntuales relacionados al incremento de la capacidad o la modernización del establecimiento. Sin embargo, también se observa la falta de una planificación oportuna para la construcción de nuevas ciudadelas empresariales.

La arquitectura en los centros de negocios tiene además otros retos importantes, como es suministrar las nuevas tecnologías, pues tienen un funcionamiento más accesible e innovador para el usuario y el cual adopte una posición más amigable con el medio ambiente, que es lo que se busca en la actualidad.

10.1.4.1 LOS CRITERIOS BÁSICOS DE DISEÑO

Los centros empresariales basan su diseño especialmente en la funcionalidad, la posibilidad de adaptación de un futuro cambiante y una estética que apueste por la renovación del diseño urbano existente en la zona.

A partir de lo anterior se manifiestan otros aspectos como la privacidad del lugar, donde el ambiente físico se muestra como el tamaño de los espacios, los cuales deben proporcionar un nivel alto de reserva entre la población que tiene estadía allí o ya sea su permanencia efímera. Otro aspecto relevante es la accesibilidad al espacio, el diseño de esta edificación debe reflejar consideración por la accesibilidad de individuos con capacidades diferentes a las comunes, brindándoles así un comfortable servicio.

10.1.4.2 CONSIDERACIONES AMBIENTALES

- Iluminación natural: la luz natural y el aire fresco ayudan a generar ambientes frescos para la realización de los negocios y proponer así espacios más abiertos para la ejecución de los negocios.
- Visuales: se deben considerar métodos físicos visuales que proporcionen mayor bienestar a los usuarios que pretendan abarcar el lugar y así tomar mayor provecho de estos espacios.

Empiezan a tener mucha importancia también las zonas ajardinadas, tanto en carácter de patios interiores como de jardines y plazas exteriores, capaces de mejorar el rendimiento climático del edificio, ventilar las instalaciones, mejorar el confort visual de los usuarios o crear espacios de relación. La comodidad de los

usuarios, sin embargo, no sólo depende de crear espacios de calidad, sino también de que los recorridos que han de realizar los visitantes emprendedores y el personal sean más cortos y rápidos, de manera que un estudio intenso de la posición de las áreas y las relaciones entre éstas determinará la verdadera calidad del proyecto.

10.2 MARCO HISTÓRICO

Colombia, tiene que desplazar el emprendimiento de alto potencial, innovador y diferenciado. En el 2009, el país ocupaba el tercer lugar en el mundo en materia de emprendimiento, después de Tailandia y Perú. A primera vista, esta es una grata noticia pues evidencia el espíritu empresarial de los colombianos y muestra un buen panorama para la siguiente década.

Pero no todas las noticias son favorables, el estudio demuestra que el país enfrenta dos grandes retos: solo el 14% de las nuevas empresas se crean en un marco de formalidad, y la mortalidad empresarial es creciente, pues mientras se da una tasa de creación de empresas de 22,48%, la tasa de cierre de compañías es de 10,52%.

En la última década, el emprendimiento ha sido tema de agenda del país y hay una explosión de jugadores, como el Servicio Nacional de Aprendizaje (Sena); incubadoras de empresa, universidades, cámaras de comercio, cajas de compensación, cooperativas, entes territoriales y nacionales y grandes compañías. Pero el impacto aún es limitado porque los esfuerzos son aislados y por las características propias del emprendimiento: muchos lo ven como una estrategia de subsistencia y no como la posibilidad de crear empresas dinámicas, capaces de crecer y obtener altas rentabilidades que generen valor. Esto significa que las empresas nacen por necesidad y no por oportunidad.

Por esto, el emprendimiento se convierte en una opción para la transformación productiva que permita forjar compañías en sectores donde se tiene potencial

internacional, los Llanos Orientales son un gran potencial para la economía del país, así lo afirman las entidades que rigen estos departamentos a lo transcurso del tiempo y que cada vez va tomando más fuerza, el entorno comercial sirve como productor de ese tipo de ambiente.

Hacia el año de 1990, de acuerdo al Censo Económico Nacional del DANE, en Colombia existían 948.324 microempresas de menos de 10 trabajadores, que representaban el 94.7% de las 1.001.398 empresas encuestadas, claro que dicho número podría haber sido mayor, pues la cultura de sus propietarios por eludir aspectos legales, los llevaba a desarrollar sus actividades al interior de viviendas o “a puerta cerrada”, sin contar por lo tanto con avisos que permitieran su fácil ubicación.

Complementario a ferias de emprendimiento, un necesario medio de identificar oportunidades de negocio, de mercadeo de productos y servicios con lo cual se actúa en una de las grandes dificultades de las nacientes empresas, se volvió casi una constante en muchas universidades, así como las denominadas Expo emprendimiento con la participación de 9 Regionales del SENA que durante el último año, promovió 200 proyectos emprendedores, con ventas cercanas a los 63 millones de pesos. (Web del Emprendimiento, 2012)

10.3 MARCO CONTEXTUAL

10.3.1 RESEÑA HISTÓRICA

La historia de Villavicencio cuenta con relatos que remontan de la época precolombina cuando el actual territorio se encontraba ocupado por los Indígenas Guayupes, luego, hacia 1740 los jesuitas fundaron la Hacienda Apiay en la cual civilizaron muchos indígenas tanto Guayupes como de tribus vecinas hasta 1767 cuando por motivos de la expulsión de la Compañía de Jesús los terrenos de Apiay fueron adjudicados a Basilio Romero por la Corona Española. El 6 de abril de 1797 los hermanos Jacinta y Vicente Rey compraron la hacienda al señor Antonio Romero por una suma de \$50.000 y la heredaron sus hijos quienes vendieron sus derechos de propiedad, dando así, origen a los comuneros de Apiay. Por su situación geográfica se convirtió en trayecto obligado de comerciantes y ganaderos que se desplazaban desde Quetame y Fosca; estos colonos se establecieron desde 1836 y el 6 de abril de 1840 hicieron la fundación de facto de un caserío sobre la margen derecha del caño Gramalote que le dio nombre a la población. La fundación fue efectuada por los comerciantes Esteban Aguirre, Santos Reina y su familia. Los documentos que reconocen oficialmente la fundación de la ciudad son del año 1842; no obstante, cabe anotar que lo mencionado sobre la fecha exacta de la fundación de Villavicencio pertenece al campo de la pura teoría pues los archivos en que estaban registrados los documentos sobre la verdadera fecha de fundación de la ciudad fueron destruidos durante el incendio de 1890. Dicho incendio genera el traslado de la población a su actual ubicación; antes del incendio el casco urbano quedaba en el actual barrio Barzal. El 21 de octubre de 1850 el caserío pasa a llamarse Villavicencio en moción aprobada por la Cámara provincial de Bogotá en honor de Antonio Villavicencio Verástegui, prócer de la Independencia de Colombia fusilado por Pablo Morillo.

En 1904 se establece la comunidad Monfortiana que, fundada por San Luis María Grignon de Monfort, se encarga de guiar el desarrollo social de la población al fundar el Banco San José, el Colegio Femenino Nuestra Señora de la Sabiduría, el teatro Verdún, la imprenta de San José, diversos talleres de encuadernación, carpintería y herrería, la banda musical de Santa Cecilia, el Hospital Monfort y diversas bibliotecas. Gracias a esos esfuerzos en 1909 Villavicencio es erigida como capital de la Intendencia del Meta. En el año 1936 Villavicencio tiene un importante episodio en el área del transporte terrestre, en donde, queda conectada a Bogotá por carretera. En 1949 el capitán Alfredo Silva, afiliado políticamente al Partido Liberal Colombiano y perteneciente al ejército, se rebela contra el entonces presidente Mariano Ospina Pérez, apoyado por el Directorio Nacional Liberal, provocando el primer episodio de La Violencia en los Llanos Orientales de Colombia y el origen de las Guerrillas del Llano. Y el 1 de julio de 1960, se crea el departamento del Meta, y se establece como capital del mismo a la ciudad de Villavicencio. (Web de historia , s.f.)

10.3.2 DISTRIBUCIÓN REGIONAL

En el territorio municipal se distinguen dos regiones: una montañosa ubicada al Oeste y Noroeste, formada por el costado de la Cordillera Oriental; la otra, una planicie inclinada ligeramente hacia el Oriente y el Nororiente corresponde al piedemonte de la cordillera, bordeada al Norte por el río Guayuriba. Por la parte central de esta planicie cruzan los ríos Ocoa y Negro, además de numerosos caños y corrientes menores.

10.3.3 LOCALIZACIÓN Y MUNICIPIOS COLINDANTES

Geográficamente el municipio de Villavicencio está localizado al norte del departamento, a una distancia de 90 kilómetros de la capital del país:

Por el Norte: Calvario.

Por el sur: San Carlos de Guarda y Acacias.

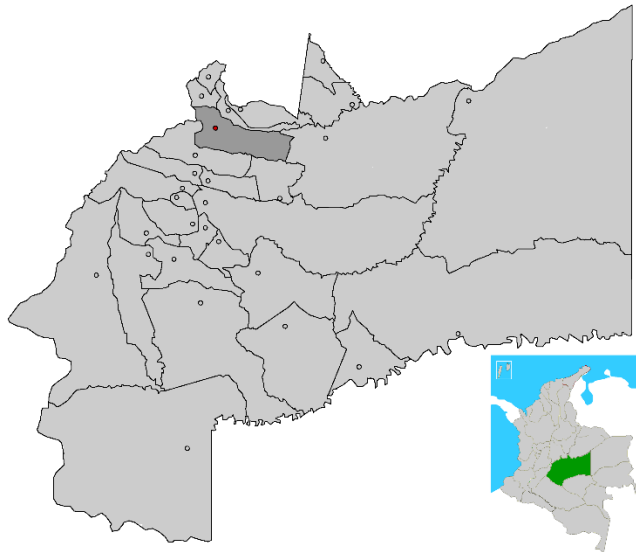
Por el oriente: Puerto López.

Por el Noroccidente: Guayabetal Cund.

Por el Nororiente: Restrepo

10.3.4 DIVISIÓN POLÍTICO ADMINISTRATIVA

El municipio se encuentra dividido en 8 comunas, 235 barrios (de los cuales 32 son legalizados), 101 asentamientos, 2 zonas de invasión, 7 corregimientos y 61 veredas en total. Según el Plan Estratégico del Meta 2020.

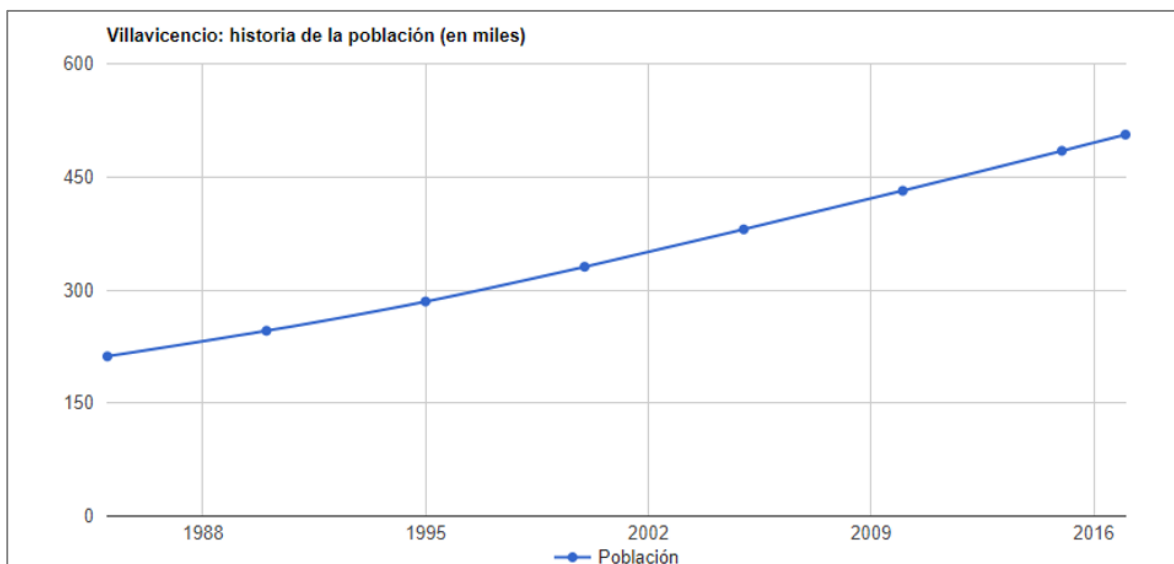


Fuente: Sistema de documentación e información municipal.

Ilustración 2 Ubicación Villavicencio en el Meta.

10.3.5 POBLACIÓN

Villavicencio es un municipio colombiano ubicado en el departamento del Meta, emplazado sobre una población existente desde la época precolombina, su última población conocida es 506.000 habitantes en el año 2017. Este fue 1.031% del total de la población en Colombia. Si la tasa de crecimiento de la población sería igual que en el periodo 2015-2017, la población de Villavicencio en 2018 sería de 517 139 hab.



Fuente: Departamento Administrativo Nacional de Estadística, Republica de Colombia.

Ilustración 3 Historia de la población.

11 MARCO REFERENCIAL

11.1 CENTRO INTERNACIONAL Y EMPRESARIAL DEL EJE CAFETERO

Se encuentra ubicado en plena zona de recuperación del centro tradicional, conformado junto al centro cultural metropolitano y el Victoria Centro Comercial Regional, la Plaza Cívica Victoria; es el espacio urbano más significativo de la nueva Pereira.

11.1.1 TIPOLOGÍA DEL CENTRO EMPRESARIAL

En cuanto a la tipología del centro empresarial, se destaca la población objetivo, que está conformada por empresas privadas, inversionistas, profesionales, independientes y exportadores. El equipamiento cuenta con una magnitud aproximada de 350 personas, el área del terreno es de 30000 m², con un área ocupada de 8891.02 m² y un área construida de 107331.68 m². La modalidad de gestión del centro es de tipo privada y sus usuarios se dividen entre administrativos, profesionales, independientes, huéspedes, visitantes y personal de servicio.



Fuente: www.pórticoinmobiliaria.com

Ilustración 4 Centro Internacional y Empresarial del Eje Cafetero.

11.1.2 AMBIENTES EN CADA ZONA

Zona Comercial

- Locales financieros
- Local showroom
- Local comercial

Zona Administrativa

- Oficinas simples
- Oficinas privadas

Zona Usos Complementarios

- Club empresarial
- Recepción
- Foyer
- Salas de espera
- Salones de reuniones
- Sala de internet
- Restaurante
- Cafetería
- Zona de spa
- Piscina
- Patio

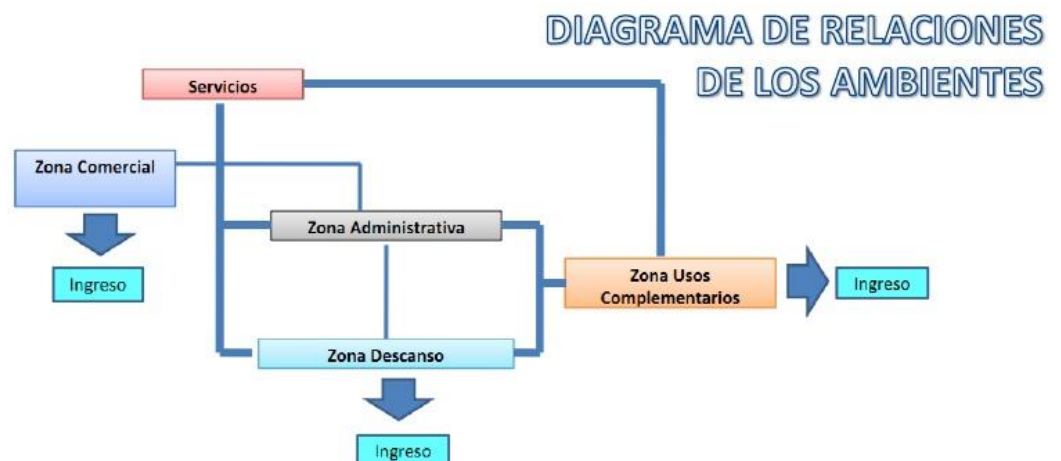
Zona de Descanso

- Habitaciones simples
- Habitaciones dobles
- Suites



Fuente: www.pórticoinmobiliaria.com

Ilustración 5 Ambientes en cada zona del Centro Empresarial.



Fuente: www.pórticoinmobiliaria.com

Ilustración 6 Diagrama de relaciones de los ambientes.

11.2 RUTA N – MEDELLÍN

La Corporación Ruta N (mejor conocida como Ruta N) es una entidad pública, sin ánimo de lucro, que pertenece a la Alcaldía de Medellín, UNE y EPM. Se creó con el ánimo de consolidar una economía del conocimiento en la ciudad para generar condiciones que favorezcan los negocios y el emprendimiento, apoyándose en las instituciones locales existentes.

Este centro de innovación y negocios se encuentra ubicado en el norte de la ciudad, donde se concentrará el Distrito Tecnológico de Medellín. Sus oficinas están conformadas por tres edificios, uno de ellos dedicado al Centro Global de Servicios de la multinacional Hewlett-Packard.



Fuente: www.rutanmedellin.org

Ilustración 7 Ubicación Ruta N.

11.2.1 ¿Qué hace Ruta N para que Medellín sea una ciudad innovadora?

Desde el componente institucional, Ruta N ofrece diferentes programas y proyectos orientados a fortalecer y dinamizar las capacidades innovadoras y competitivas de los habitantes de la ciudad.

Instituciones, empresarios, investigadores y ciudadanos en general, pueden hacer parte de estos proyectos a través de las convocatorias que realiza cada programa.

Además, la construcción y puesta en marcha del Complejo Ruta N, consolida el componente urbano que sirve como espacio para el desarrollo económico de la región a través de los proyectos de ciencia y tecnología que desde allí se promueven.

11.2.2 ¿Qué tipo de iniciativas o emprendimientos apoya Ruta N?

Ruta N presta acompañamiento principalmente a iniciativas y empresas basadas la transferencia de conocimiento y en la tecnología, preferiblemente de los sectores energía, salud y tecnologías de la información y la comunicación.

Para emprendimientos tradicionales y de sectores como el agrícola, recomendamos buscar apoyo en otras instituciones de la ciudad como Cultura E, Parque del Emprendimiento y Ciudad E.

11.2.3 ¿Cuál es la diferencia entre Ruta N y otros programas de apoyo al emprendimiento?

Ruta N apoya y promueve las iniciativas basadas en el conocimiento de empresas de base tecnológica, es decir, organizaciones que producen bienes y servicios innovadores a través de la aplicación de conocimientos técnicos y científicos. Además, realiza toda su actividad a través de la convocatoria a programas y proyectos que se enfocan en distintos temas relacionados con el desarrollo de negocios de alto potencial tecnológico, pero normalmente no da financiación o impulso personalizado a las ideas de negocio.



Fuente: www.rutanmedellin.org

Ilustración 8 Interiores Ruta N.

Concluyendo en Ruta N desarrollan distintos programas y servicios para facilitar la evolución económica de la ciudad hacia negocios intensivos en ciencia, tecnología e innovación, de forma incluyente y sostenible. De esta manera buscan articular y dinamizar el ecosistema de innovación de Medellín, haciendo énfasis en cuatro ingredientes clave: la formación del talento, el acceso a capital, la generación de la infraestructura necesaria y el desarrollo de negocios innovadores.

Así, promueven una cultura innovadora, la generación de empleo, el fortalecimiento de las instituciones, la formación del talento y el acceso a mercados. El propósito principal está orientado a mejorar la calidad de vida de los habitantes de la ciudad a través de la innovación. (Web RutaN, s.f.)

12 MARCO LEGAL

12.1 CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE COLOMBIA

Principalmente, su artículo 38 sobre Libertad de Asociación, artículos 333 sobre Libertad Económica y 158 sobre Unidad de Materia.

12.2 LEY 344 DE 1996

Normas correspondientes a la creación de empresas. En el artículo 16 trata sobre el acceso a los recursos para proyectos de incubadoras asociadas al Sena.

12.3 LEY 550 DE 1999

Establece un régimen que promueva y facilite la reactivación empresarial, la reestructuración de los entes territoriales para asegurar la función social de las empresas, lograr el desarrollo armónico de las regiones y se dictan disposiciones para armonizar el régimen legal vigente con las normas de esta ley.

12.4 LEY 789 E 2002

Por la cual se dictan normas para apoyar el empleo y ampliar la protección social y se modifican algunos artículos del CÓDIGO SUSTANTIVO DEL TRABAJO.

12.5 DECRETO 934 DE 2003

Por el cual se reglamenta el funcionamiento del Fondo Emprender FE. El artículo 40 de la ley 789 de 2002 creó el Fondo Emprender FE como una cuenta independiente y especial adscrita al Servicio Nacional de Aprendizaje, Sena, el cual será administrado por esa entidad y cuyo objeto exclusivo será financiar iniciativas empresariales en los términos allí dispuestos.

12.6 LEY 905 DE 2004

Por medio de la cual se modifica la Ley 590 de 2000 sobre promoción del desarrollo del micro, pequeña y mediana empresa colombiana y se dictan otras disposiciones.

12.7 LEY 1014 DE 2006

Por la cual se dictan normas para el fomento a la cultura de emprendimiento empresarial en Colombia. CORTE CONSTITUCIONAL DE COLOMBIA.

Pretende promover el espíritu emprendedor entre los estudiantes y hacer de ellos personas capacitadas para innovar y generar bienes servicios dirigidos a formar competencias empresariales.

La Ley del Emprendimiento se rige por varios principios de formación integral del ser humano: fortalecimiento de procesos de trabajo asociativo, reconocimiento de responsabilidades y apoyo a procesos de emprendimiento sostenibles desde lo social, cultural, ambiental y regional.

OBJETO DE LA LEY. La presente ley tiene por objeto:

- a) Promover el espíritu emprendedor en todos los estamentos educativos del país, en el cual se propenda y trabaje conjuntamente sobre los principios y valores que establece la Constitución y los establecidos en la presente ley.
- b) Disponer de un conjunto de principios normativos que sienten las bases para una política de Estado y un marco jurídico e institucional, que promuevan el emprendimiento y la creación de empresas.
- c) Crear un marco interinstitucional que permita fomentar y desarrollar la cultura del emprendimiento y la creación de empresas.

- d) Establecer mecanismos para el desarrollo de la cultura empresarial y el emprendimiento a través del fortalecimiento de un sistema público y la creación de una red de instrumentos de fomento productivo.
- e) Crear un vínculo del sistema educativo y sistema productivo nacional mediante la formación en competencias básicas, competencias laborales, competencias ciudadanas y competencias empresariales a través de una cátedra transversal de emprendimiento; entendiéndose como tal, la acción formativa desarrollada en la totalidad de los programas de una institución educativa en los niveles de educación preescolar, educación básica.
- f) Educación básica primaria, educación básica secundaria, y la educación media, a fin de desarrollar la cultura de emprendimiento.
- g) Inducir el establecimiento de mejores condiciones de entorno institucional para la creación y operación de nuevas empresas.
- h) Propender por el desarrollo productivo de las micro y pequeñas empresas innovadoras, generando para ellas condiciones de competencia en igualdad de oportunidades, expandiendo la base productiva y su capacidad emprendedora, para así liberar las potencialidades creativas de generar trabajo de mejor calidad, de aportar al sostenimiento de las fuentes productivas y a un desarrollo territorial más equilibrado y autónomo.
- i) Promover y direccionar el desarrollo económico del país impulsando la actividad productiva a través de procesos de creación de empresas competentes, articuladas con las cadenas y clústers productivos reales relevantes para la región y con un alto nivel de planeación y visión a largo plazo;
- j) Fortalecer los procesos empresariales que contribuyan al desarrollo local, regional y territorial.

k) Buscar a través de las redes para el emprendimiento, el acompañamiento y sostenibilidad de las nuevas empresas en un ambiente seguro, controlado e innovador.

12.7.1 RED NACIONAL PARA EL EMPRENDIMIENTO

La Red Nacional para el Emprendimiento, adscrita al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, o quien haga sus veces, estará integrada por delegados de las siguientes entidades e instituciones:

- Ministerio Turismo quien lo presidirá de comercio, industria y turismo quien lo presidirá
- Ministerio de educación nacional.
- Ministerio de la protección social.
- La dirección general del servicio nacional de aprendizaje, Sena.
- Departamento nacional de planeación.
- Instituto colombiano para el desarrollo de la ciencia y la tecnología Francisco José de Caldas Colciencias.
- Programa presidencial Colombia joven.
- Tres representantes de las instituciones de educación superior designados por sus correspondientes asociaciones: (ascun) instituciones tecnológicas (aciet) e instituciones técnicas profesionales (acicapi) o quien haga sus veces.
- Asociaciones colombianas de pequeñas y medianas empresas, acopi.
- Federación colombiana de comerciantes fenalco.
- Un representante de la banca de desarrollo y microcrédito.
- Representante de las Asociaciones de Jóvenes Empresarios, designado por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.
- Un representante de las Cajas de Compensación Familiar.
- Un representante de la caja de compensación familiar.
- Un representante de las fundaciones dedicadas al emprendimiento.

- Un representante de las incubadoras de empresas del país.

12.7.1.1 OBJETO DE LAS REDES PARA EL EMPRENDIMIENTO

Las redes de emprendimiento se crean con el objeto de:

- Establecer políticas y directrices orientadas al fomento de la cultura para el emprendimiento.
- Formular un plan estratégico nacional para el desarrollo integral de la cultura para el emprendimiento.
- Conformar las mesas de trabajo de acuerdo al artículo 10 de esta ley.
- Ser articuladoras de organizaciones que apoyan acciones de emprendimientos innovadores y generadores de empleo en el país.
- Desarrollar acciones conjuntas entre diversas organizaciones que permitan aprovechar sinergias y potenciar esfuerzos para impulsar emprendimientos empresariales.
- Las demás que consideren necesarias para su buen funcionamiento.

12.8 SENTENCIA C-392 DE 2007

La Sala Plena de la Corte Constitucional, en cumplimiento de sus atribuciones, respaldó la creación de microempresas bajo el régimen de Empresas Unipersonales, contemplada en el artículo 22 de la Ley 1014 de 2006 “Ley de Fomento al Emprendimiento”. De acuerdo con la Sentencia en mención, las empresas que se creen a partir de la entrada en vigencia de dicha ley que tengan hasta 10 empleados y menos de 500 s.m.m.l.v se constituyen y vigilan como Empresas Unipersonales. (Web colombiana de emprendimiento, 2017)

13 METODOLOGÍA

Una metodología de diseño arquitectónico es aquella que sobrelleva un proceso secuencial y sistemático de pasos, con la solución de ordenar, recopilar y transfigurar la información destinada al soporte técnico de determinado proyecto social.

La metodología utilizada para la realización de este proyecto ha requerido la asesoría de diversos medios para la elaboración de información, previo a una interpretación, análisis e idea, a continuación se representa la técnica fundamental que se ha practicado, enmarcada principalmente en el proceso lógico (principio – producto final), en donde se inicia indicando que a lo largo del planteamiento del problema de estudio, el proyecto del Centro Empresarial, ha sido necesaria la consulta bibliográfica y documental referente a este aspecto, y se extendió con este proceso de colección de información al tiempo que se complementó con trabajo de campo y observaciones directas del estado real de la problemática que se quiere resolver; llegando así al producto final el cual es la suposición, en función de lo analizado anteriormente, dando como resultado el desarrollo del proyecto.

14 DESARROLLO PROPOSITIVO DEL PROYECTO

14.1 INVESTIGACIÓN



Fuente: Angela Vera desde www.villavicencio.gov.co

Ilustración 9 Diagnóstico económico del municipio.

14.2 LOCALIZACIÓN



Fuente: Angela Vera desde www.villavicencio.gov.co

Ilustración 10 Ubicación.

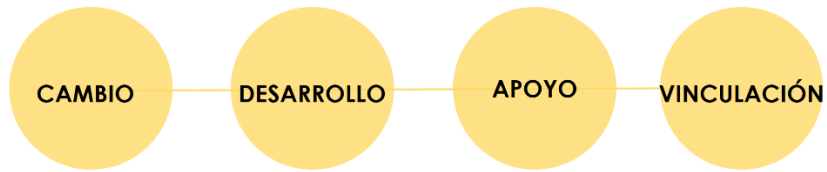
- Capital del departamento del Meta. Cercanía favorable a la capital del país; Bogotá.
- Puerta de entrada a los llanos orientales.
- Ciudad hídrica y turística.



Ilustración 11 Análisis de la ciudad.

14.3 PROPUESTA

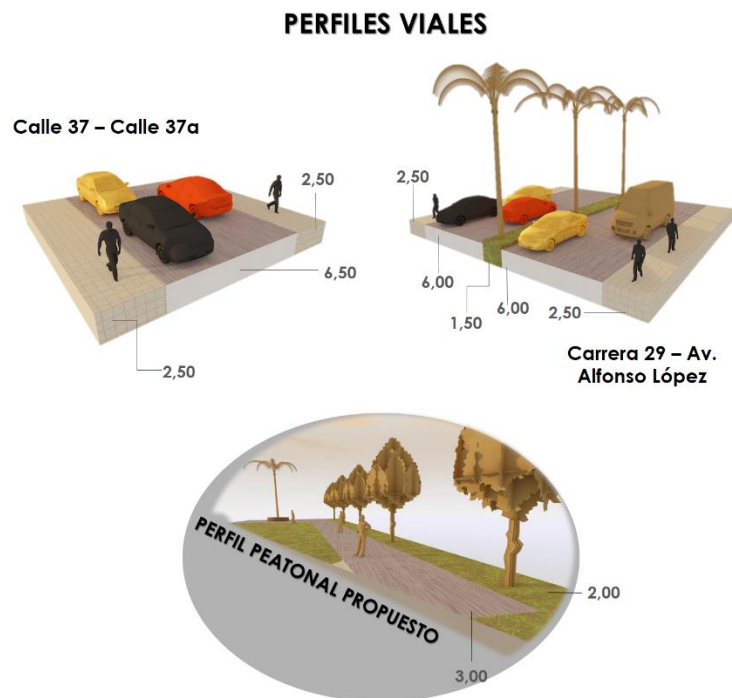
El Centro Empresarial se manifiesta como una iniciativa de cambio social y de desarrollo dentro de la comunidad, haciendo de Villavicencio una ciudad emprendedora. Registrando así la participación de los sectores empresariales ya constituidos y con mayor importancia del municipio.



Fuente: Angela Vera.

Ilustración 12 Concepto de la propuesta.

14.3.1 PROPUESTA URBANA



Se proponen perfiles viales que encierran el proyecto realizado, para una mejor comunicación entre este y el resto de la ciudad, convirtiéndose en áreas de cesión para la ciudad pero que a su vez conectan a los usuarios del centro empresarial con el resto de la población, prestando así un mejor servicio de peatonalización, más amigable con el medio ambiente y respetando de igual manera la normatividad del lugar.

14.4 LOTE

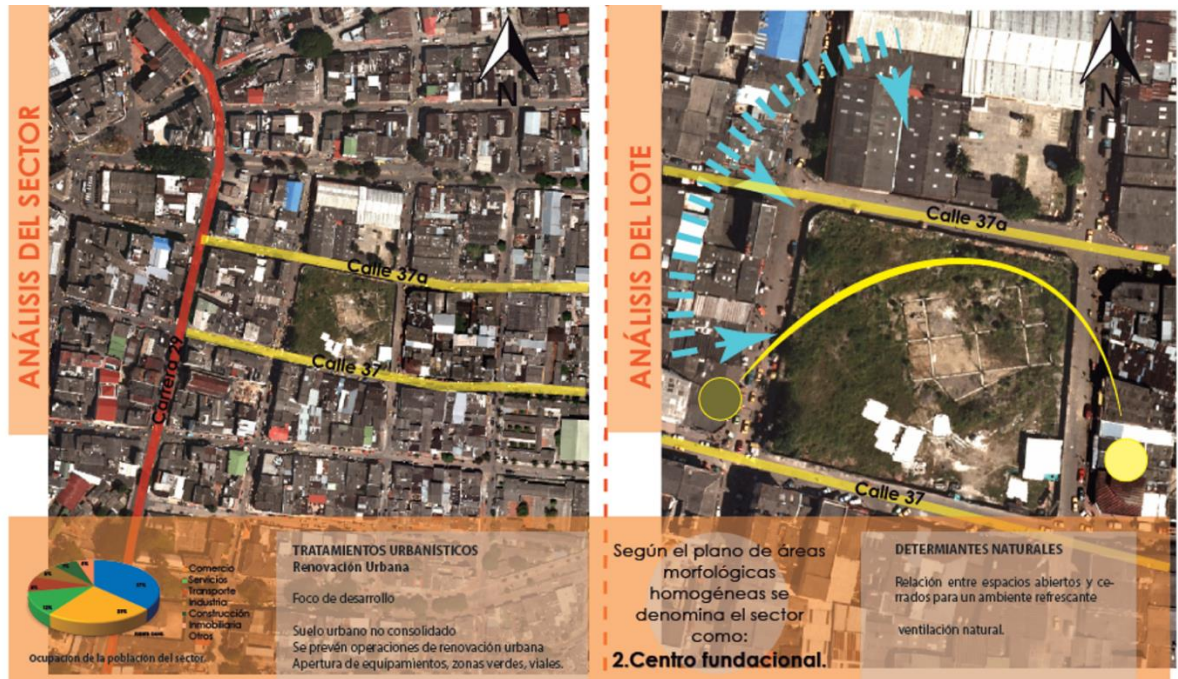


Ilustración 13 Análisis del sector y Lote.

Como se puede observar en la imagen, el lote está ubicado en la parte noroccidental de Villavicencio; el lote se encuentra situado en una zona de tratamiento urbanístico central, es decir donde se pretende realizar una renovación urbana al municipio, tomando como ventaja su punto estratégico y ambiente gubernamental de más importancia, el lote cuenta con una buena accesibilidad ya que cerca hay una vía principal como es la carrera 29- vía Restrepo y vías alternas importantes como la calle 25 la cual se conectan con la vía Catama, considera una vía proyecta como desarrollo y así se conectan fácilmente con el resto de la ciudad. El lote se encuentra en el centro fundacional de la ciudad entre las calles 37 y 37^a y cuenta con determinantes naturales como la relación entre espacios abiertos y cerrados para un ambiente refrescante y con un factor relevante como lo es la ventilación natural, debido a su posición geográfica.

14.5 PROGRAMA DE NECESIDADES

14.5.1 ZONIFICACIÓN



14.5.2 PLAN DE NECESIDADES



14.5.3 CUADRO DE ÁREAS

SERVICIOS 1	
PLANTA SEMISOTANO	ÁREA (M2)
112 Estacionamientos	3902
Sala de Maquinas	8
Semisotano - Auditorio	402
Accesos Puntos Fijos	20
Acceso y salida de autos	67
ÁREA TOTAL	4399 m2

ZONAS DE SERVICIOS COMPLEMENTARIOS	
PLANTA BAJA	ÁREA (M2)
Acceso Vehicular	233 m2
Acceso Peatonal	337 m2
Plazoleta de acceso y reparto	400 m2
Lobby Auditorio	369 m2
Auditorio Multiproposito:	700 m2
Salon 1	Capacidad: 180 personas
Salon 2	Capacidad: 144 personas
	TOTAL: Capacidad 324 Perspnas
Recepción	7 m2
Bateria de Baños 1	40 M2
Zona de exhibición, promoción y ventas	272 m2
Plazoleta de comidas	448 m2
Zona de cocinas	122 m2
Bateria de Baños 2	40 m2
Puntos fijos	116 m2
Circulaciones	900 m2
Zonas exteriores y de cesión	6000 m2
ÁREA TOTAL	9977 m2

ZONA ADMINISTRATIVA	
PLANTA 2° PISO	ÁREA (M2)
Admón. y servicios de apoyo a la empresa	215 m2
Sede Bancaria (zonas de transacciones)	316 m2
Bateria de Baños 1	40 M2
Sala de star	38 m2
Zona sala de reuniones	73 m2
Zona libre Oficinas Tipo 1	400 m2
Bateria de Baños 2	40 m2
Puntos fijos	116 m2
Circulaciones	293 M2
ÁREA TOTAL	1531 M2

ZONA EMPRESARIAL	
PLANTA 3° PISO	ÁREA (M2)
Bateria de Baños 1	40 m2
Puntos fijos	116 m2
Zona Planta libre oficinas Tipo 2	657 m2
Zona sala de reuniones	73 m2
Terraza empresarial	263 m2
Sala de star	38 m2
Circulaciones	293 M2
ÁREA TOTAL	1480 M2

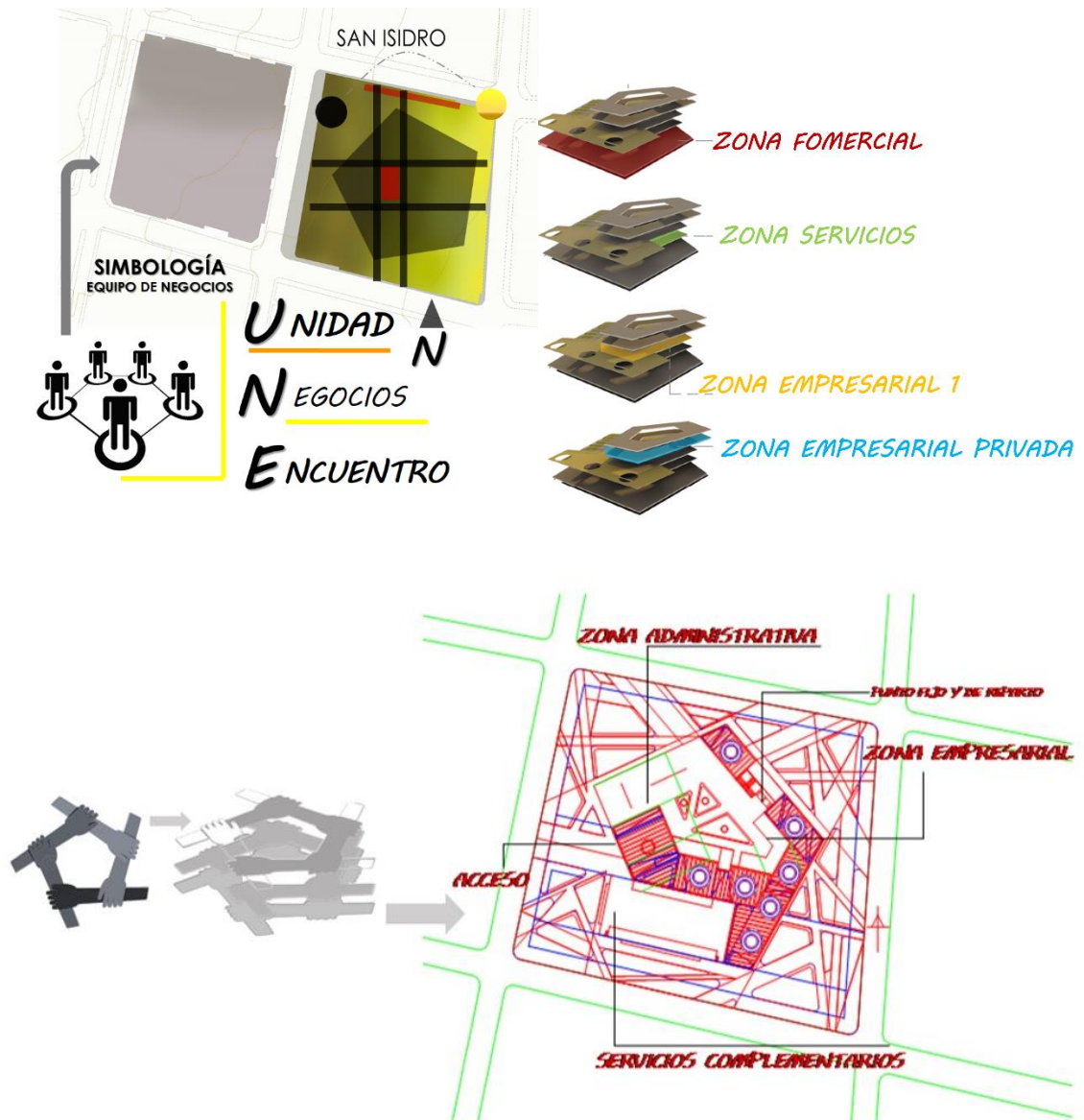
ZONA EMPRESARIAL	
PLANTA 4° PISO	ÁREA (M2)
Bateria de Baños 1	40 m2
Puntos fijos	116 m2
Zona Planta libre oficinas Tipo 3	657 m2
Zona sala de reuniones	73 m2
Sala de star	38 m2
Circulaciones	293 M2
ÁREA TOTAL	1217 M2

ÁREA TOTAL: 1217 m2

15 DESARROLLO PROYECTIVO DEL PROYECTO

15.1 ESQUEMA

A continuación en los gráficos se evidencia la primera intención proyectual de los volúmenes y conexiones de acuerdo al grado de jerarquía y necesidad y como a partir de la simbología se logra una proyección de la forma de la propuesta.



15.2 EJES

En el reciente gráfico se evidencian los ejes primordiales los cuales se derivaron del análisis del lote en donde se tuvo en cuenta características específicas tales como: asolación, vientos, arborización, etc.

No se puede olvidar que los ejes también partieron de la simbología que representa la unidad y el encuentro mediante lo significa el equipo de negocios, teniendo en cuenta que el espacio central que se forma con este pentágono representara en el proyecto la circulación principal y partiendo de ella la distribución espacial de la propuesta, tanto vertical como horizontalmente.



15.3 PLANTA GENERAL

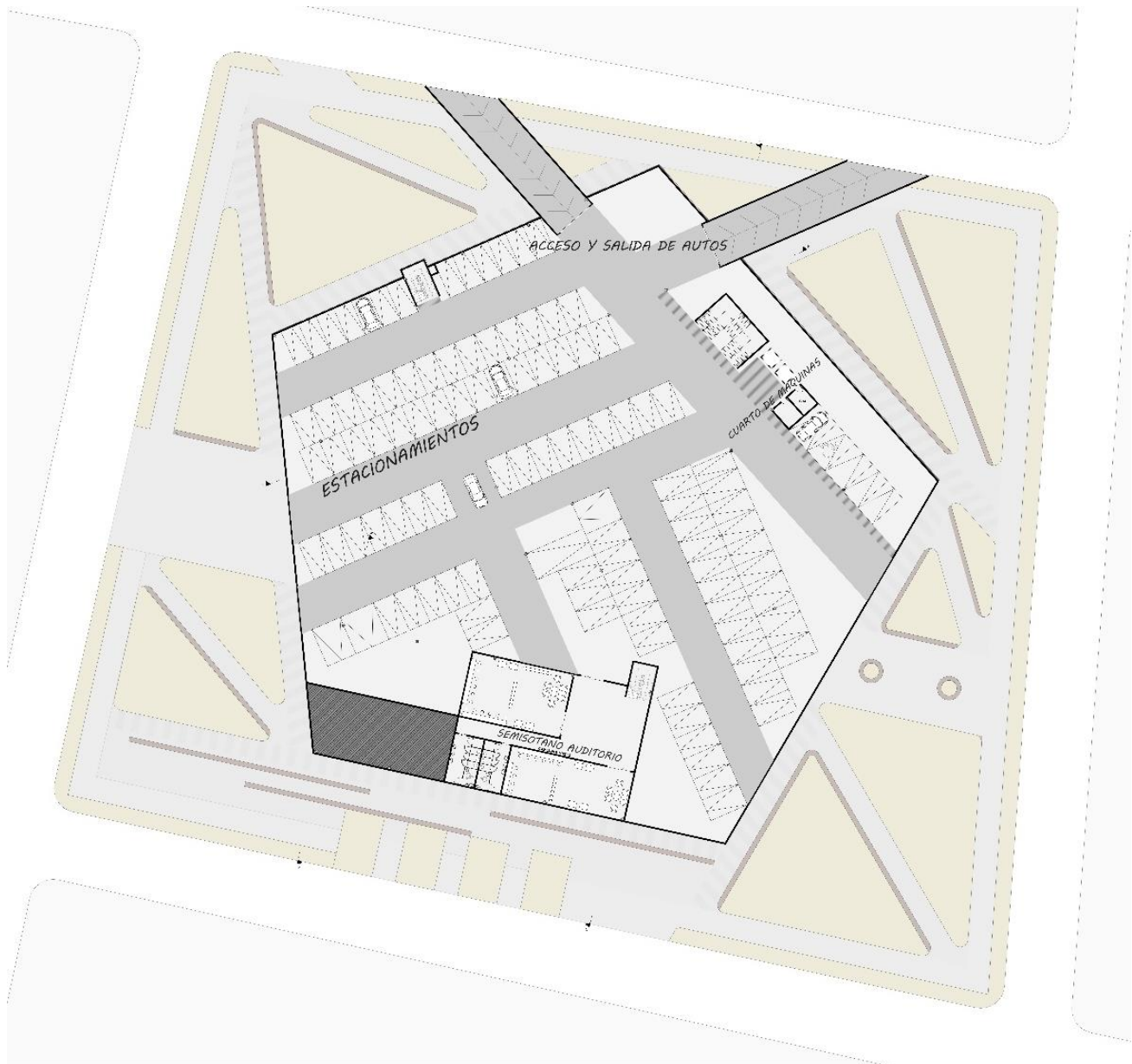


15.4 PLANOS PROYECTO

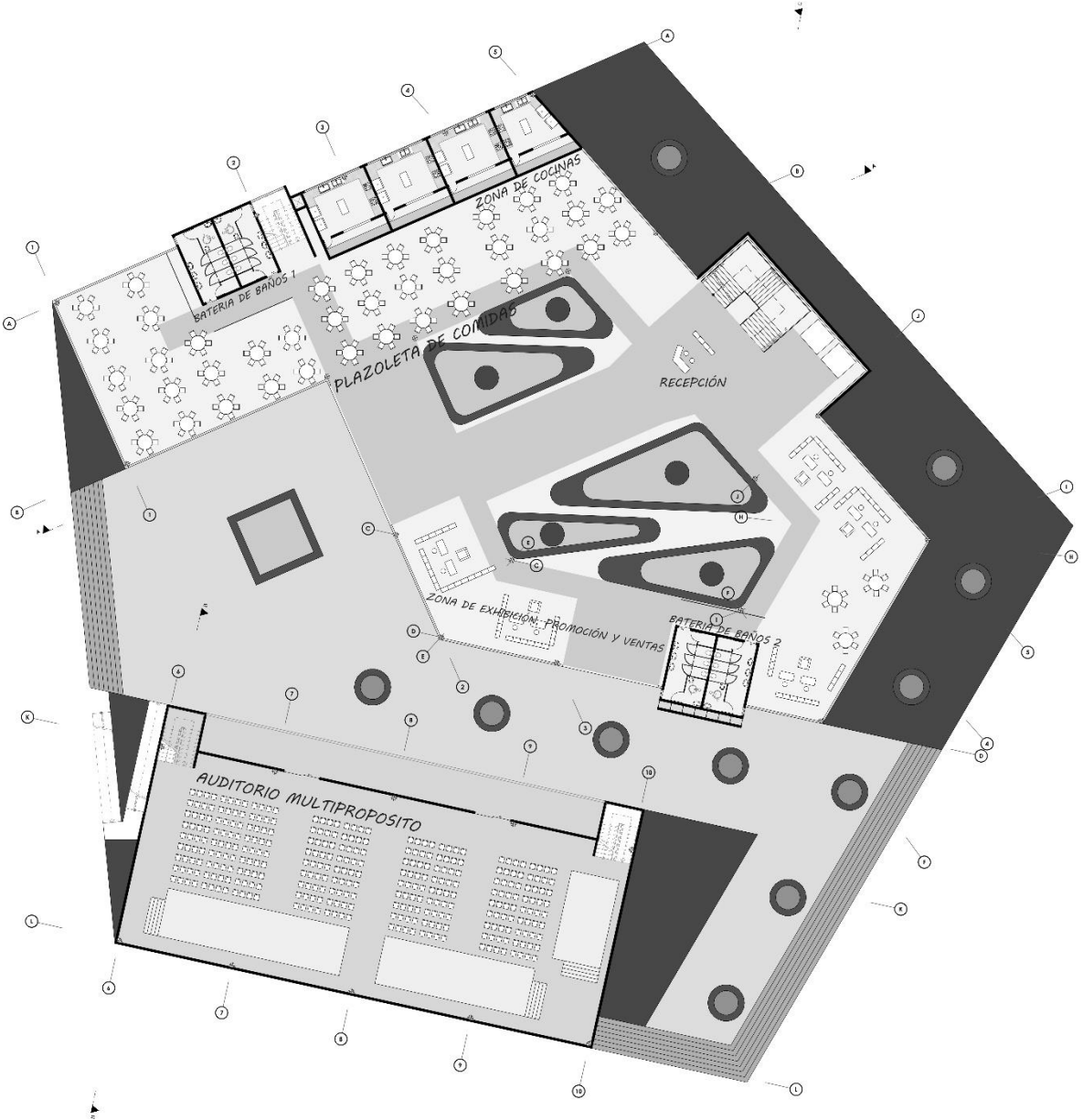
El diseño surge de las tres facetas que tendrá el Centro empresarial: diagnóstico, proceso y composición y cada área está representada por zonas independientes donde se desarrollaran actividades empresariales de tipo social y participativas, de ámbito privado o en ambientes abiertos, dándole un valor de modernidad al generar espacios abiertos pero zonificados de acuerdo a su función, el espacio de desplazamiento entre las áreas será aprovechado al cien por ciento para que visitantes como usuarios relacionados con el tema empresarial gocen de mayor comodidad con los ambientes.

15.4.1 PLANTAS DE CADA UNO DE LOS NIVELES

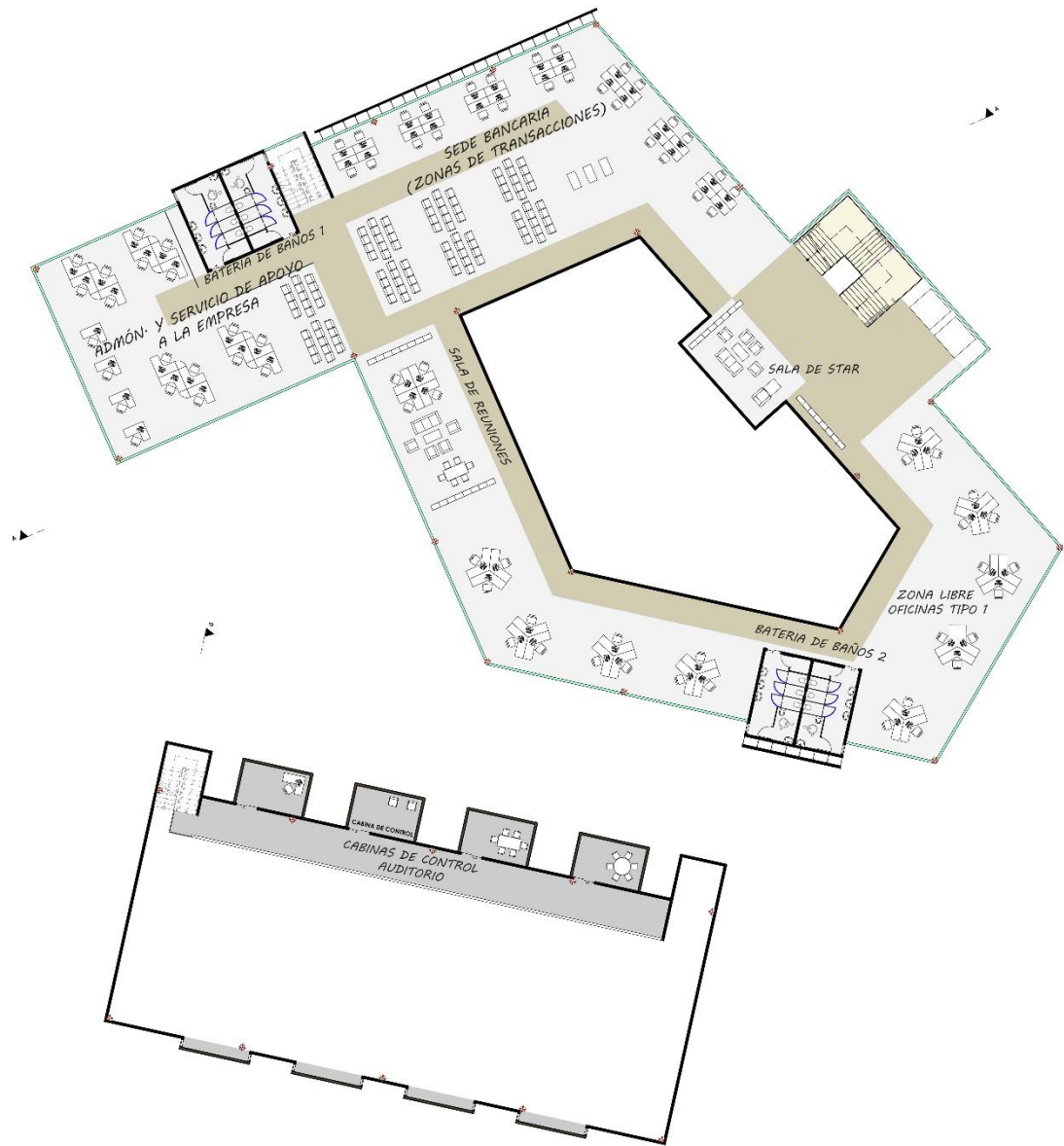
15.4.1.1 PLANTA SEMISÓTANO



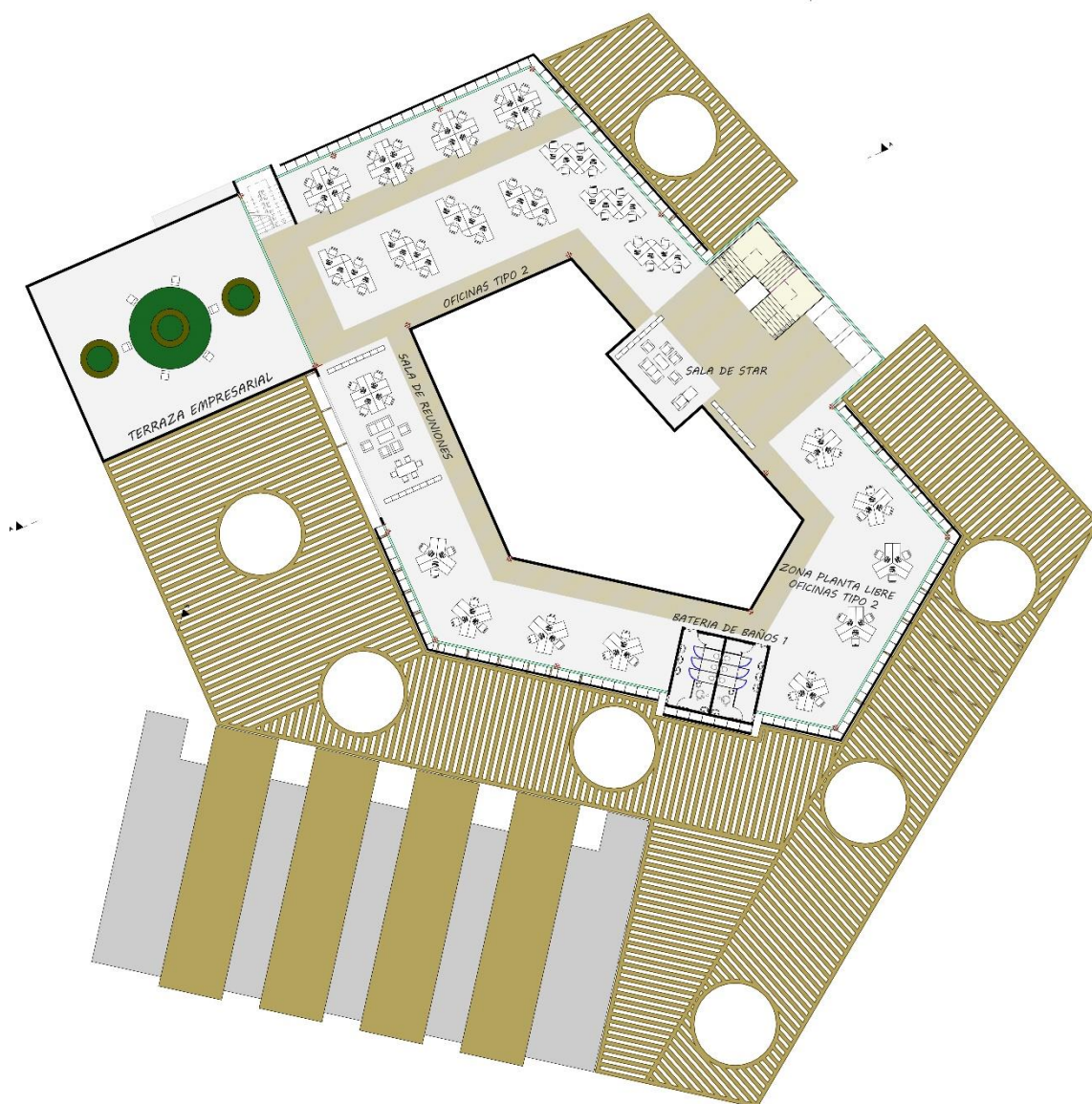
15.4.1.2 PLANTA PRIMER PISO



15.4.1.3 PLANTA SEGUNDO PISO



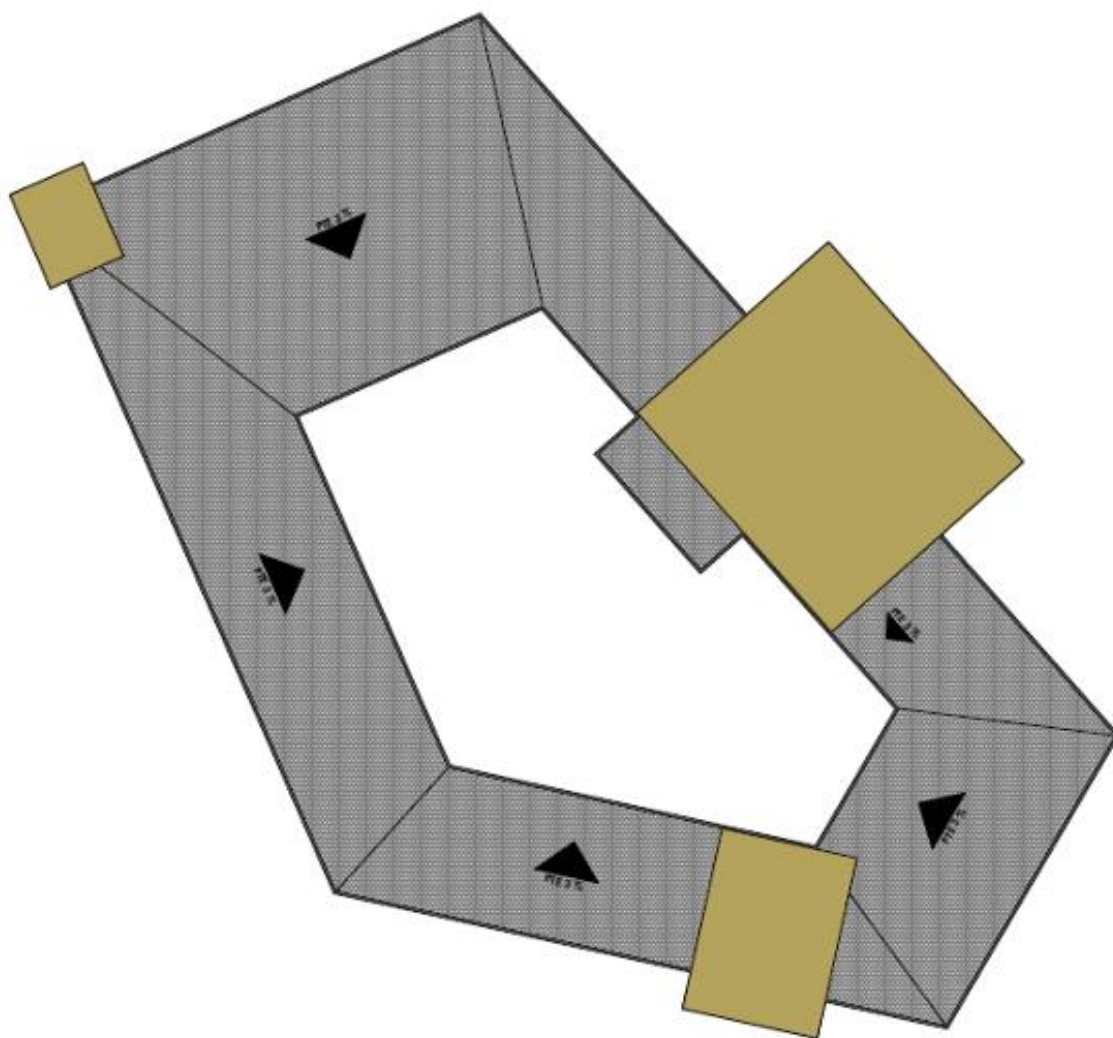
15.4.1.4 PLANTA TERCER PISO



15.4.1.5 PLANTA CUARTO PISO

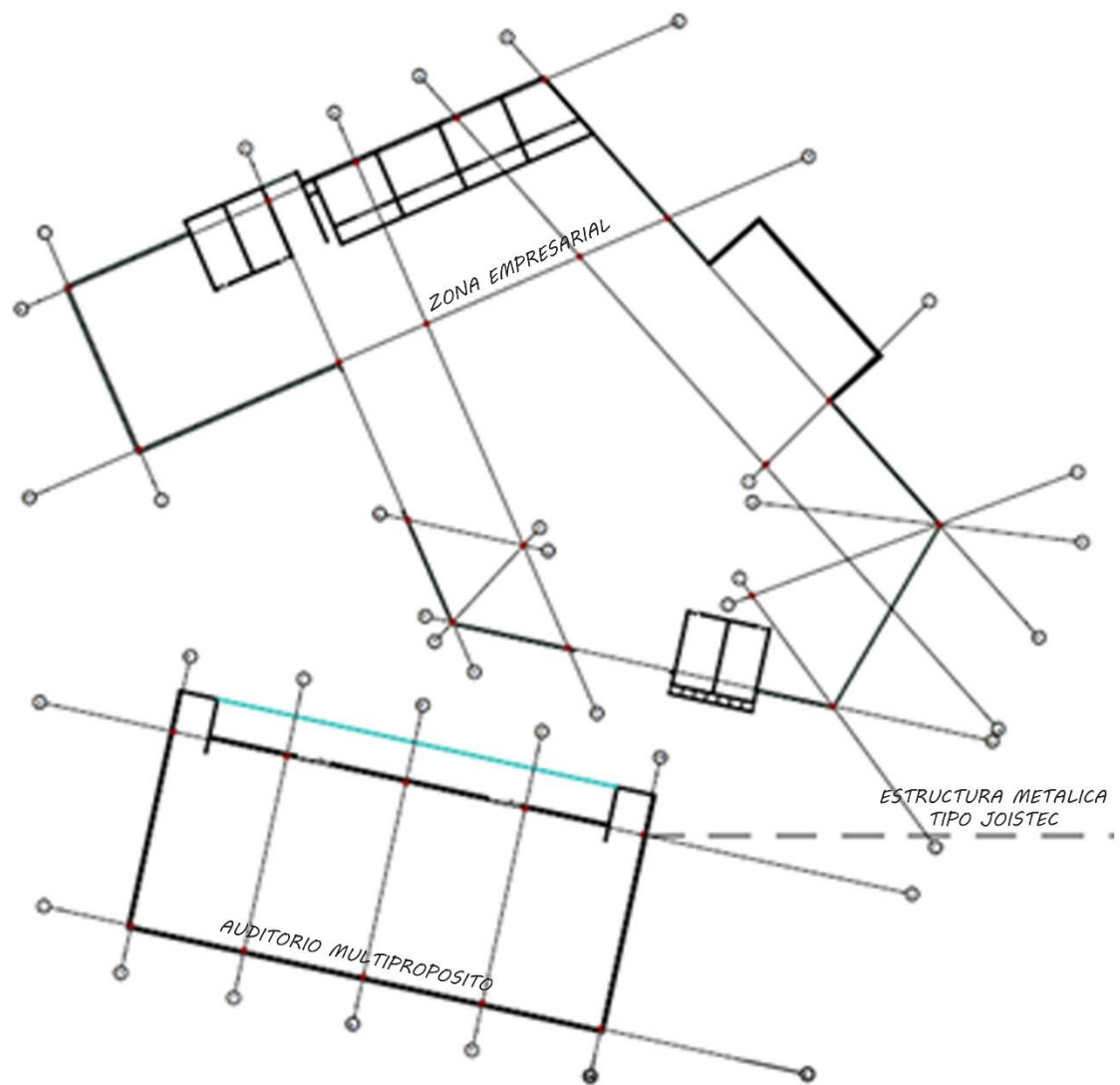


15.4.1.6 PLANTA CUBIERTAS



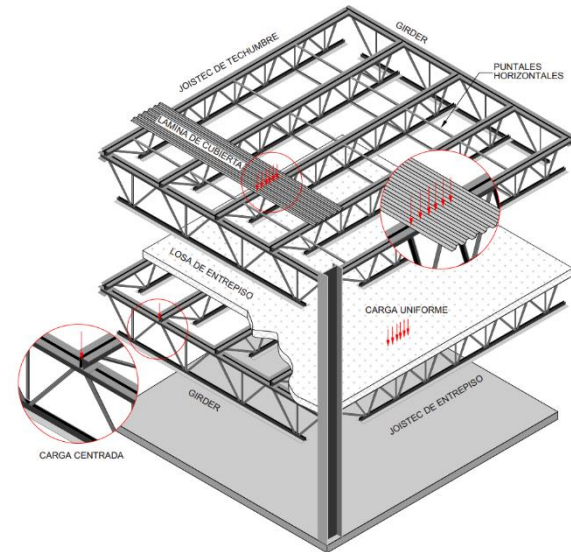
Cubiertas planas (pendiente del 3%) cubierta con impermeabilización de hormigón

15.4.1.7 PLANTA ESTRUCTURA



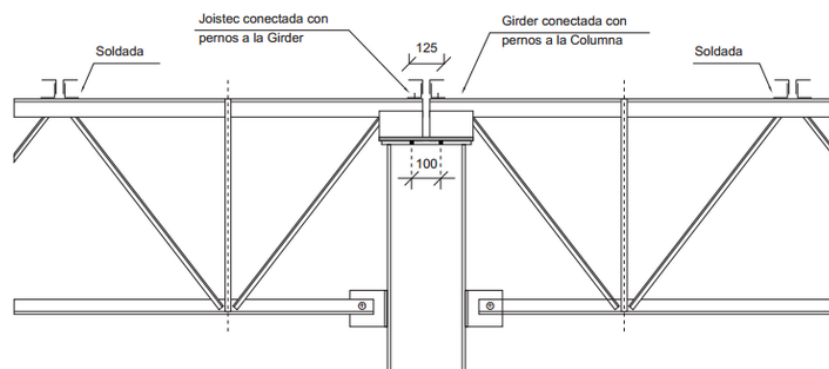
15.5 DETALLES CONSTRUCTIVOS

El proyecto tiene una estructura metálica que maneja el sistema constructivo JOISTEC, el cual es utilizado para trabajar grandes luces, en proyectos con espacios libres dentro de sus espacios, como lo es el centro empresarial.



Fuente: www.archdaily.com

Ilustración 14 Detalle Sistema Constructivo JOISTEC



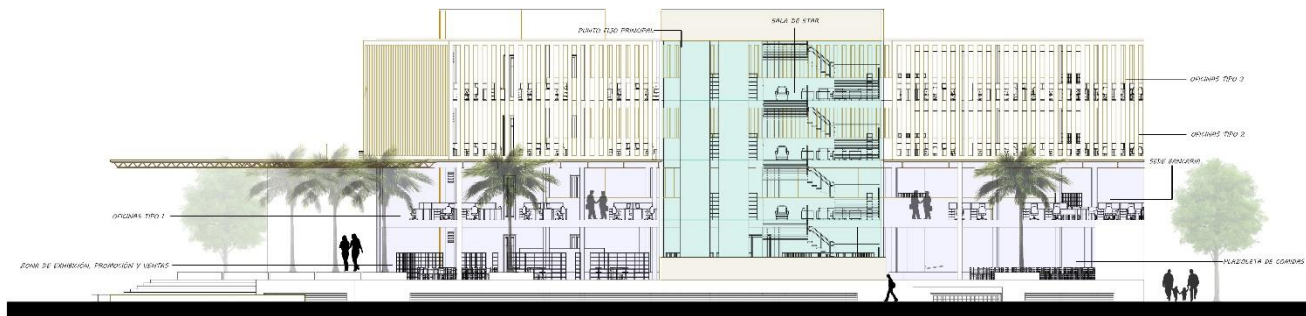
Fuente: www.archdaily.com

Ilustración 15 Detalle de conexión entre Girder y Columna

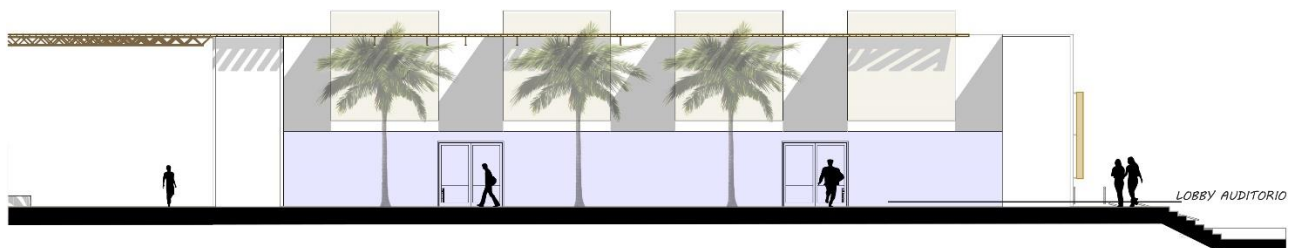
15.5.1 FACHADAS



FACHADA PRINCIPAL



FACHADA POSTERIOR

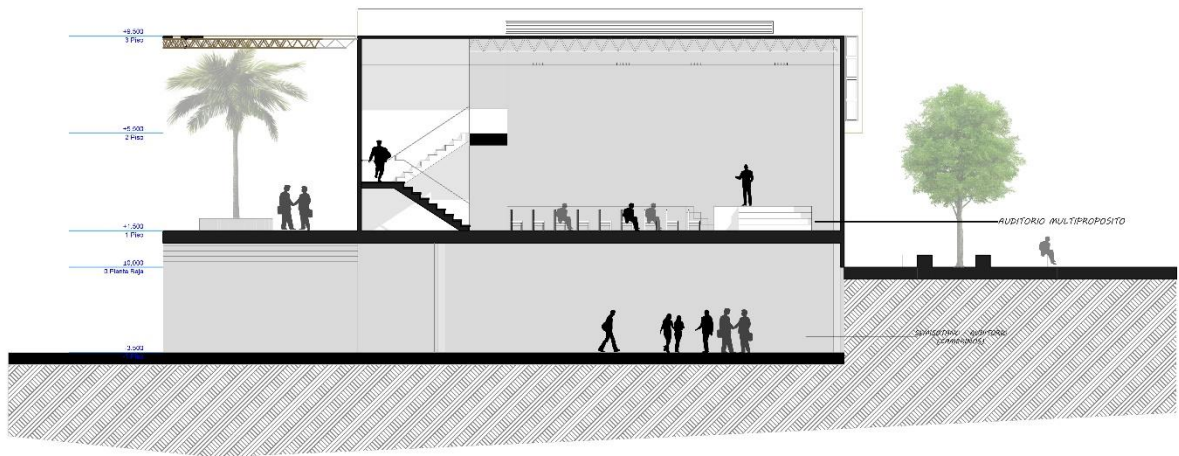


FACHADA AUDITORIO

15.5.2 CORTES



CORTE A – A'



CORTE B – B'



CORTE C- C'

15.5.3 RENDERS



VISTA AEREA



VISTA ACCESO



VISTA PERGOLA CONECTORA



VISTA PUNTO FIJO EMERGENCIA



VISTA PUNTO FIJO PRINCIPAL

16 CONCLUSIONES

- Realizar un centro empresarial en la ciudad de Villavicencio el cual genere un cambio fundamental en la prestación de servicio a la población empresarial del municipio.
- El centro empresarial tendrá un reconocimiento especial, debido a que en la ciudad no se encuentra un espacio como tal que represente un ambiente innovador, el cual socialmente genere cambios progresivos.
- Con el centro empresarial UNE LLANO se contribuirá al mejoramiento de la calidad de vida y laboral de los empresarios de la ciudad, aportando así una grata mejoría al sector económico de la región.
- La región de los llanos orientales necesita propuestas que apoyen el emprendimiento de sus habitantes, por medio de centros especializados en la prestación de este servicio, por medio de la capacitación el cambio, el desarrollo y la vinculación, aprovechando así el gran potencial económico que posee este territorio.
- La construcción de este centro empresarial forjará un gran crecimiento en la ciudad, ya que alrededor de esta propuesta se pueden generar cambios urbanísticos positivos, con el fin de mejorar la calidad de vida de los ciudadanos.

17 BIBLIOGRAFÍA

- Ruiz, L. F. (08 de 01 de 2017). <http://www.vanguardia.com>. Obtenido de <http://www.vanguardia.com/economia/negocios/420715-estrategias-para-iniciar-un-emprendimiento-empresarial>
- Web colombiana de emprendimiento. (2017). www.encolombia.com. Obtenido de <https://encolombia.com/economia/economiacolombiana/emprendimiento/normativa/>
- Web de historia . (s.f.). www.historiadel.net. Obtenido de http://historiadel.net/villavicencio/#Historia_de_Villavicencio
- Web de Portafolio. (19 de 08 de 2013). www.portafolio.co. Obtenido de <http://www.portafolio.co/economia/finanzas/falta-comercializacion-apoyo-formacion-empresarial-sector-agropecuario-opinion>
- web de Unillanos. (2015). <http://web.unillanos.edu.co>. Obtenido de <http://web.unillanos.edu.co/docus/Emprendimiento%20e%20innovacion.pdf>
- Web del DANE. (2015). www.dane.gov.co. Obtenido de https://www.dane.gov.co/files/icer/2015/ICER_Meta2015.pdf
- Web del Emprendimiento. (25 de 08 de 2012). www.emprendimientoeventos.blogspot.com.co. Obtenido de <http://emprendimientoeventos.blogspot.com.co/2012/10/evolucion-del-emprendimiento.html>
- Web Mpio V/cencio. (31 de 05 de 2016). www.villavicencio.gov.co. Obtenido de <http://www.villavicencio.gov.co/MiMunicipio/ProgramadeGobierno/Plan%20de%20Desarrollo%202016%20-%202019.pdf>
- Web Periodico de El Tiempo. (20 de 07 de 2014). www.eltiempo.com. Obtenido de <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS>
- Web Periodico del Meta. (21 de 02 de 2017). www.periodicodelmeta.com. Obtenido de <http://periodicodelmeta.com/index.php/actualidad/item/meta-ocupa-octavo-puesto-en-crecimiento-empresarial>
- Web RutaN. (s.f.). www.rutanmedellin.org. Obtenido de <https://www.rutanmedellin.org/es/nosotros/ruta-n/sobre-nosotros>