



# DISTRITO CREATIVO ARKHA



# ADN

## DISTRITO CREATIVO

Los Distritos Creativos son espacios en los cuales se concentran actividades económicas asociadas a la cultura y a la creatividad. En estos distritos se busca la transformación social, económica y territorial a través del arte, la cultura, la creatividad y el emprendimiento.

## TIPOS DE DISTRITOS

**Inducidos:** Son aquellos que surgen como resultado de políticas públicas o programas de gobierno, que tienen la intención de transformar espacios no aprovechados o áreas deprimidas, en nuevos motores de desarrollo económico, social y cultural

**Espontáneo:** Son el resultado de aglomeraciones de actividades económicas asociadas a la economía cultural y creativa que surgen de manera espontánea dentro del territorio, así como por la alta densidad de equipamientos culturales y prácticas asociadas al sector desarrollados de manera orgánica.

## PLANTEAMIENTO PROBLEMA

En la actualidad el municipio de Tunja encuentra con diferentes problemáticas de un enfoque de ciudad "universitaria y cultural" que sin contar con una infraestructura que auspicie un ambiente del conocimiento y de cultura, esto va generar problemas sociales y económicos presentes en el municipio a falta de una visión y espacios. **Se dice que entre 23 ciudades del país donde se mide la tasa de desempleo, Tunja ocupa el tercer lugar, con mayor prevalencia entre la población joven**



**Economía**

- Desempleo
- Escape de talento humano



**Social**

- Improductividad
- Malos hábitos



**Arquitectónico y Administrativo**

- Falta de espacios e infraestructura espaciales
- Falta de políticas y inversión

## OBJETIVOS

### OBJETIVO GENERAL

A través de la dinámica la Economía Naranja vincular servicios educativos y culturales en un punto estratégico que puede albergar a universidades, colegios e industria creativa, con el propósito de vincular las actividades que se comparten entre sí y que permitan fortalecer el entorno en el que se encuentran, para promover infraestructuras que faciliten el desarrollo económico, social y cultural de Tunja.

### OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Impulsar el emprendimiento y la innovación del sector creativo y cultural para posicionar al municipio de Tunja como destino turístico y del conocimiento.
- Generar recursos y empleos a la ciudad para mejorar el desarrollo integral y educativo de la población universitaria.
- Reconocer las características deben tener los lugares de trabajo para promover las interacciones y la creatividad
- Generar condiciones propicias para el crecimiento económico la generación de empleo innovación creativa, renovación urbana
- Integrar la estación del tren como eje de ingreso al proyecto



**Trabajo colectivo**



**Creatividad**



**Emprendimiento**

## JUSTIFICACION

La arquitectura como disciplina está llamada a entrar en la dinámica de la economía naranja para beneficiarse de ella y promover infraestructuras que faciliten la creatividad, la sostenibilidad y el intercambio de conocimiento.

La economía naranja, también llamada economía creativa, hace referencia a todas las industrias culturales o creativas que tienen su origen en la habilidad y el talento del conocimiento individual, por lo tanto, son las que crean riquezas a través de la generación o exportación de la propiedad intelectual. Es de resaltar que su nombre de economía naranja es porque este color suele asociarse con la cultura, la creatividad y la identidad.

## ESTRATEGIA PROYECTUAL



### Proyección Del Lugar

Consolidar la búsqueda de la definición del centro norte de la ciudad al dar un espacio público y de articulación urbana de equipamientos existentes como lo son educativo, institucional, comercio, cultural y deporte



### Cercanía del Proyecto

La ubicación estratégica permitirá realizar desplazamientos de 15 min aproximado a la nueva terminal y aeropuerto, al igual que el centro de la ciudad, y con desplazamientos entre sectores próximos e inmediatos tanto peatonal como vehicular



### Tipología

Era determinante definir una tipología capaz de albergar diferentes usos según cartografía POT es así que se plantea conservar la permeabilidad y la escala del peatón, se proponen así comunicaciones de parques urbanos con puentes y Rampas.

## POBLACION OBJETIVO



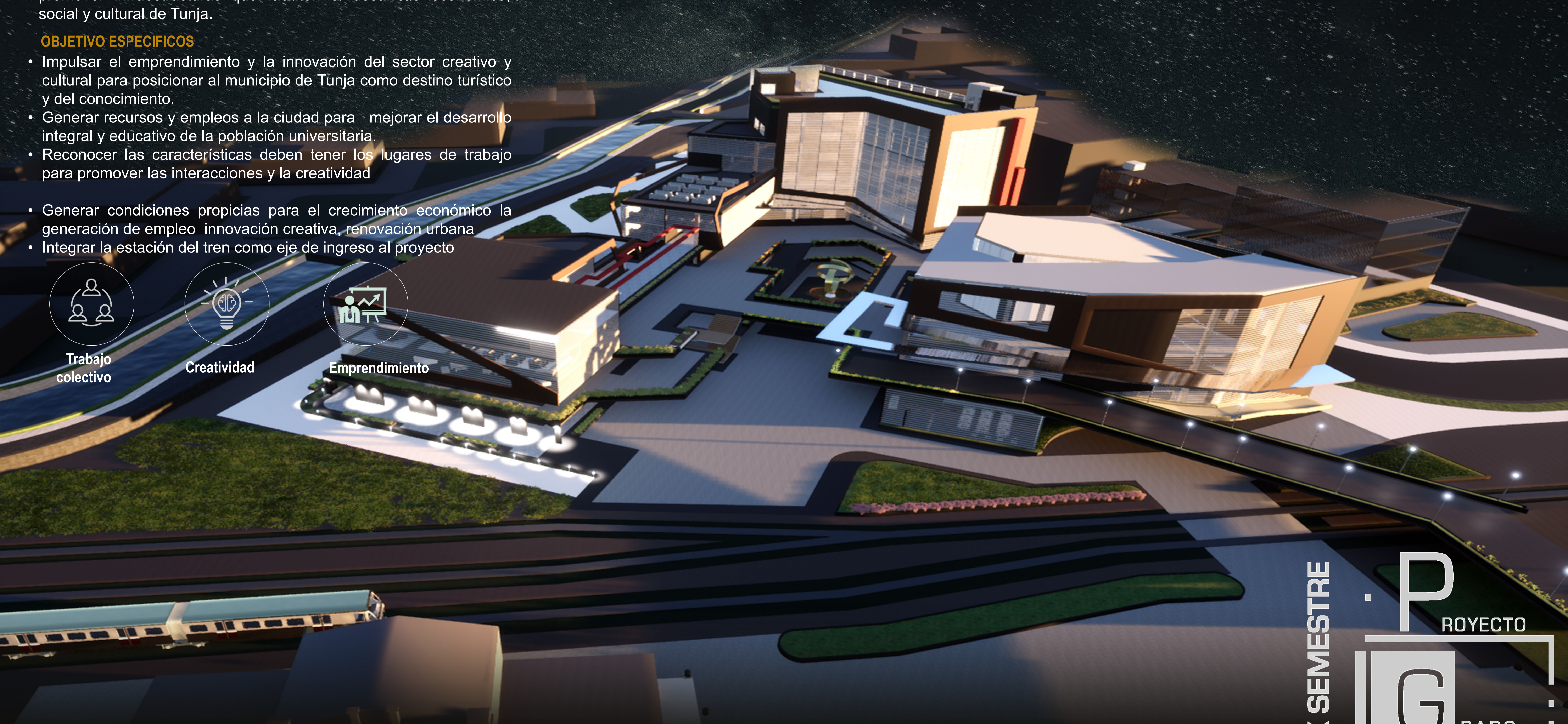
**Profesionales Independientes**  
De 21 – 30 años con experiencia inferior a 2 años de carrera profesional



**Estudiantes**  
Estudiantes desde IX semestre en adelante  
**Técnicos – Tecnólogos**



**Microempresas grandes y medianas**



X SEMESTRE



PROYECTO

RADO