M.E.P.

Mercado de emprendimiento popular

Proyecto de titulo: Mercado de emprendimiento popular
Modalidad: Proyecto de arquitectura

Profesor Referente: Freddy Bastias
Prefosora Co-Referente: Amaya Glaria

Dedicado a mi familia por su apoyo incondicional.

Resumen

Hoy los emprendimientos están en auge, y a medida que avanza el tiempo más personas se suman al viaje de emprender, oportunidad que muchos aprovechan, pero que en pocos casos llegan a tener éxito.

Los programas de emprendimiento van en aumento, con el objetivo de crear empleos, pero la incidencia de estos programas se ven contenido en un nivel regional. Lo que el acceso a capacitaciones y financiamiento, por parte del estado, se ve truncado en el territorio.

El mercado de emprendimiento popular, busca extender los espacios para emprendedores, a un nivel más local dentro del territorios, acortando la brecha de información y oportunidades. Dando una solución de desarrollo social y económico. Así como espacios donde la comunidad conozca, experimente y difunda los emprendimientos de su territorio .

Abstract

Today, ventures are booming, and as time goes by, more and more people are joining the entrepreneurial journey, an opportunity that many take advantage of, but in few cases succeed.

Venture programs are on the rise, with the objective of creating jobs, but the impact of these programs is contained at a regional level. Access to training and financing by the state is truncated in the territory

.The popular venture market, seeks to extend the spaces for entrepreneurs, at a more local level within the territories, bridging the gap of information and opportunities. Providing a solution for social and economic development. As well as spaces where the community can know, experience and disseminate the ventures of their territory.

Capitulo 01 10
Introducción
Motivaciones
Capitulo 02 16
Emprendimiento
¿Qué es emprender
¿Porqué emprender?
Tipos de emprendimientos
Viaje del emprendedor
Herramientas de emprendimientos
Financiamiento
Ecosistemas de emprendimientos
Incubadoras de Negocios
Red de mentores
Espacios Colaborativos
Aceleradoras
Fondos de inversión
Modelos de gestión en espacios para emprendimientos
Referentes de gestión nacional e internacional
Capitulo 03 44
Análisis Urbano
Emplazamiento
Partido General
Mapa de actores
Modelo de gestión
Referentes de Arquitectura
Propuesta
Axonometrica
Elevaciones
Cortes
Plantas
Imagenes Objetivo
Capitulo 04 84
Bibliografía

Capitulo 01

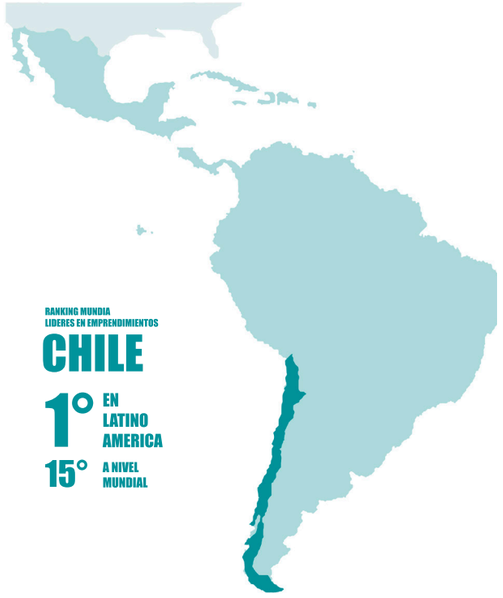
INTRODUCCIÓN

Presentación

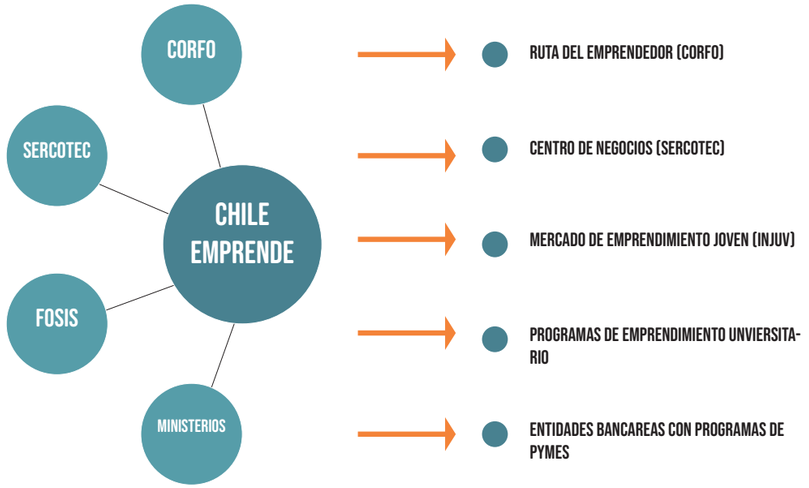
En 2013 Chile es seleccionado como el país líder en emprendimientos en la región latinoamericana, y numero 15º a nivel mundial según el informe Doing Bussines del Banco Mundial, el cual se mide por medio de la creación de empresas. Desde entonces el estado se ha vuelto enfático en las necesidades de emprender, aumentado las potestades de las entidades públicas asociadas.

Las iniciativas a emprendimientos comenzaron de manera incipiente desde la década del 40' con la creación de CORFO, como encargado del fomento de la producción nacional y promotor del crecimiento económico. Hace ya un poco más de 20 años, se inician programas como "Chile Emprende" (2000 - 2010), una coordinación entre entidades públicas, tales como CORFO, SERCOTEC, FOSIS, y el Ministerio de Economía, para aumentar el alcance a los emprendimientos emergentes del país.

Hoy las distintas identidades públicas han desarrollado propuestas independientes, focalizadas a distintos estratos de emprendedores, manteniendo como objetivo común, fomentar competencias y habilidades, en la gestión de cualquier emprendimiento. Así como han aparecido iniciativas privadas, con el mismo objetivo de incubar ideas de emprendimientos de forma particular.



Infografía - ranking mundial de lideres en emprendimiento
Fuente: Informe doing Bussines (2013), elbaración propia



Para el año 2017, según el boletín de microemprendimientos del Ministerio de Economía, se identificaron 1.992.578 **micro-emprendimientos**, con un alza del 9,9% en comparación al año 2015, siendo la región metropolitana la que concentra un 40,4% de estos y el %59,6 restante en las distintas regiones del país, siendo las que concentran en mayor porción, Arica y Parinacota, La Araucanía y Los Ríos.

En la Actualidad, existen variados programas públicos y privados donde destacan. La ruta del emprendedor (CORFO), Centro de negocios SERCOTEC, Mercado de emprendimiento joven (INJUV). Programas de emprendimientos universitarios, como Semillero (USM) , Conecta3 (USM) y JUMP (PUC), entre otros. Demostrando que existe un enriquecido ecosistema de emprendimiento, instancias y fondos, que hoy buscar actuar desde una edad temprana de los emprendimientos, aumentando el éxito de los emprendedores.

No obstante, la participación dentro de estos ecosistemas sigue siendo acotada. Ya que aún no se logra un alcance general en los territorios o localidades, ni sus comunidades.

Es en Cerro Placeres, donde ocurre un caso particular, la Universidad Técnica Federico Santa María esta inserta dentro de un territorio urbano/residencial, en un barrio aún más antiguo que la propia universidad, en donde ésta encabeza el inicio del cerro y los barrios residenciales. Vecinos y vecinas del propio cerro relatan como antiguamente existía un relación de los vecinos con la universidad en donde estos podían hacer usos de sus , sobre todo las deportivas y culturales, que con el tiempo se perdieron, siendo en la actualidad la mayor parte de los vecinos se pregunta: ¿En que ayuda tener una universidad en mi barrio?

Motivaciones

Siendo participe de mi comunidad cercana y de mi territorio en cerro placeres, he tenido la oportunidad de ver surgir distintos emprendimientos, producto del desempleo provocado por la pandemia, muchos de mis propios vecinos se reinventaron y tomaron la opción de emprender, surgiendo emprendimientos de distinta índole, para ganarse el día a día, incluso con miras a largo plazo, viendo una proyección de su negocio.

Desde el llamado a la organización desde la misma comunidad en periodo de estallido social, esta comunicación vecinal, se vio reforzada en la actual pandemia como una red de ayuda y foro. Donde pasado dos meses, vecinos emprendedores, se acercaron a las asambleas territoriales (cabildos) con la idea de mejorar algún espacio, para constituirla como un almacén donde distintos emprendimientos sean participes de una entidad comercial, y así obtener beneficios o facilidades comerciales en la obtención de insumos y activos, tener acceso a herramientas de gestión, acceso a la cooperación, redes de comunidad y difusión. Un espacio de trabajo colaborativo (Co-WORK), pero también un espacio que brinde beneficios para sus emprendedores.



Existiendo un ecosistema de emprendimiento de variada gama, tanto estatal como privado, aun existe una falencia en la llegada de la información a los territorios y sus comunidades, aun el alcance de estos ecosistemas son generalizados a una escala nacional o regional, en donde no todos los territorios, comunidades y usuarios se ven beneficiados en el acceso a estos programas, siendo la difusión su más clara falencia.

En el caso particular de Cerro Placeres, en donde la universidad Federico Santa María esta inserta en una trama urbana/residencial, acompañado de un desarrollo económico enfocado en los estudiantes, de residencias y locales de comida rápida. Pero ¿Donde esta el beneficio social y cultural, de tener una universidad en mi territorio? ¿Es este desarrollo económico, de pensiones y abarrotes, el único tipo de economía que puede desarrollarse con la presencia de la universidad? ¿Puede este vinculo con la universidad y vecinos, regenerarse a través de un espacio que albergue diferentes actividades para emprendedores-vecinos del territorio?

El objetivo es dar esta respuesta desde la arquitectura, el espacio donde converjan vecinos, estudiantes, emprendedores y la propia universidad. Con el fin de abrir espacios de intercambio, entre los agentes que son parte del territorio, abrir espacios de difusión, para avivar las actividades de las comunidades, y un espacio de desarrollo de emprendimientos, en donde la universidad se haga parte del desarrollo y capacitación de los emprendedores, tanto vecinos como estudiantes.

Abrir un espacio que permita la interrelación del territorio de cerro placeres, que entregue acceso a beneficios sociales, de cultura y desarrollo económico, a través de poner en valor a sus emprendedores.

Capitulo 02

EMPRENDIMIENTOS

Emprender



Grafico de razones para emprender
Fuente: boletin MINE,(2018), Elabración propia

Para adentrarnos en el mundo del emprendimiento es necesario saber que es un emprendimiento y las partes que lo componen.

¿Qué es emprender?

Se define emprender, como la actitud y aptitud que toma cualquier individuo para iniciar un nuevo proyecto a través de ideas y oportunidades que surjan en el *mercado*.

¿Por qué Emprender?

Entre los emprendimientos se destacan 3 claras razones: Liquides, oportunidad e independencia. Estas causales se ven valorizada en el boletín emitido por el ministerio de economía (2018), en donde el 26,4% de los emprendedores, comenzó su emprendimiento para obtener mayores ingresos, el 12,5% para aprovechar un oportunidad del mercado, y un 10,9% para ser su propio jefe, siendo la tendencia al aumento.

Tamaño de empresa	Clasificación por ventas	Clasificación por empleo
Micro	0 - 2400UF	0 - 9
Pequeña	2400 - 25.000UF	10 - 25
Mediana	25.000 - 100.000UF	25 - 200
Grande	100.000,01UF y más	200 y más

Estratificacion por tamaño de empresas en Chile
Fuente: Ley Nº20.416



¿Qué tipos de emprendimientos existen?

En Chile se definen 7 tipos de emprendimientos (Revista Rankia, 2020):

- Gastronómico
- Turístico
- Cuidado personal
- Entretenimiento y ocio
- Tecnologías
- Abastos y comestibles
- Manufactura

Dentro de estas categorías, se pueden encontrar emprendimientos de diferentes alcances, referido al tamaño de la empresa, que se encuentra regularizado por el estado bajo dos medidas, la primera es en función a las ventas anuales y la segunda en la cantidad de trabajadores (Ver tabla 1) los emprendimientos entrarían en la calificación de microempresas, en donde sus ventas varían entre los 0 y 2400 UF (67 millones).

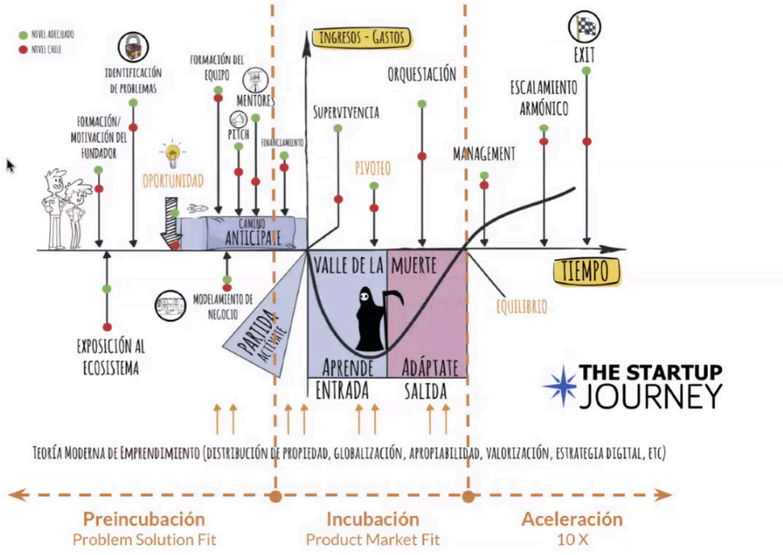
Viaje del emprendedor

Dentro de la jerga del emprendimiento, se han distinguido 3 etapas esenciales por las cuales todo emprendimiento se somete, que son: Pre-incubación, Incubación, y Aceleración.

Estas etapas Roberto Musso las define mediante su libro "El viaje del emprendedor", libro en donde Musso desarrolla una metodología para emprendedores en países en vías al desarrollo, y que CORFO lo pone en práctica como programa donde los emprendedores sortean diferente retos, para dar forma a su *modelo de negocios*.

La etapa de Pre-incubación es donde el sujeto identifica una oportunidad en el mercado para crear su emprendimiento, comienza dando forma a su modelo de negocios, su equipo de trabajo, participar de asesorías o mentorías y, buscar financiamiento.

Una vez superara la primera etapa, nos adentramos a la fase de incubación, en donde se desarrolla el prototipo del producto o servicio, llamado también *producto mínimo viable*, se pone a prueba el modelo de negocios, su estrategia de marketing y de gestión.



Fuente: *El viaje del emprendedor, Roberto Musso*

Viaje del emprendedor, Autor: Roberto Musso
Fuente: El Viaje del emprendedor, 2018, R. Musso

Cruzando por el valle de la muerte (Ver. 1), periodo de tiempo en donde los emprendimientos no son rentables, y están en una constante situación de pivote, donde la clave es anticipar, activar, aprender y aplicar, las falencias y virtudes del modelo de negocio diseñado previamente.

Una vez superada esta situación de incertidumbre, y se logra un punto de equilibrio, es donde los emprendimientos se vuelven rentables y obtiene cierta estabilidad. Ya sus modelos de negocio han madurado, manteniendo siempre una intención de evolucionar. Es en este punto donde ahora en emprendimiento tiene la oportunidad de crecer, lo que viene a ser la ultima etapa, la Aceleración.

Es en esta etapa donde los emprendedores salen en búsqueda de nuevos fondos de inversión, con una idea tangible y probada, buscando ampliar su modelos de negocios , desde nuevos productos o servicios asociados. Lo que influye en que el emprendimiento evolucione y escale en las categorías de empresas, incorporando nuevos puestos de trabajo o socios, y obtenga mayores rentas.

Herramientas de emprendimiento

Dicho lo anterior, cabe destacar que las etapas más tempranas suelen ser las mas criticas para todo emprendimiento, sobre todo en la etapa de Pre-incubación, es aquí donde los emprendimientos deben logran obtener habilidades de gestión y una visión general de su emprendimiento.

Se definen entonces 4 herramientas básicas para todo emprendimiento: visibilizar una oportunidad, aplicar a financiamientos, buscar mentorías, y acceder a un espacio de trabajo.

Respecto a esto ultimo, al lugar físico donde se desarrolla el emprendimiento 20,1% realiza su emprendimiento fuera del hogar, seguido de un 18, 6% que lo desarrolla en su propio hogar y un 15,4% e su hogar con un equipamiento especial.

Respecto a la asesorías o mentorías, según el boletín de micro-emprendimientos, en los ultimo 5 años, 40,5% de emprendedores se especializo en el área que trabaja, un 15,9% se capacito sobre ventas, marketing o comercialización, y un 15,7% en gestión y administración del negocio.

En Chile existen diversas entidades u organizaciones públicas que brindan este apoyo y financiamiento a los emprendimientos de forma gratuita, entre las que destacan FOSIS, SERCOTEC y CORFO. Incluso la existencia de una agrupación gremial de emprendedores ASECH. En su contra parte privada existen grupos de inversión, incubadoras independientes y entidades bancarias, que brindan este mismo apoyo de manera particular a quienes se sometan al endeudamiento.

Es claro que existe una red de apoyo, que busca entregar estas herramientas para reforzar a los emprendedores, pero este se ve limitada en su difusión, y en su incidencia en lo local, la mayoría de las entidades, sean públicas o privadas, aplican a una escala regional, una escala macro. Pero si se continua reforzando la idea de crear emprendimientos y esta sea la fuente de trabajo por excelencia, ¿Cómo llevar estas características a lo local, de barrio, de comunidad?

Financiamiento

En la actualidad chilena, el primer capital de todo emprendimientos son ahorros de los propios emprendedores, seguido de prestamos directos de familiares y amigos, pero en un ámbito más formal existen dos medios para obtener financiamiento para emprender, la primera es postular a los distintos fondos públicos, y la segunda es el endeudamiento y búsqueda de inversionistas.

Dentro de las instituciones públicas que otorgan fondos conursables, podríamos calificarlas en 2 niveles, referidos a cual es el estado del desarrollo y tipo de emprendimiento.

En el primer nivel: tenemos a FOSIS: fondo para emprendedores que se encuentras en situación de vulnerabilidad, 40% de la población; FIA: Fondo de emprendimiento para iniciativas agrícolas; ANID: programa de apoyo a titulantes con un alto componente innovador y con un alto potencial de emprendimiento; SERCOTEC: a través del capital semilla emprende, brinda apoyo a microempresas y star ups.

En un segundo nivel, tenemos a las entidades como INAPI: instituto nacional de propiedad intelectual, en donde los emprendimiento de innovación, buscan proteger sus creaciones a través de patentes; Centro de Negocios SERCOTEC: recientemente creado (2018), son sucursales física administradas por sercotec con presencia regional, donde se buscan desarrollar y entregar capacitaciones y asesorías a los emprendedores emergentes, para formalizar su emprendimientos, y por ultimo CORFO: la identidad publica con mayor trayectoria, la cual maneja alrededor de 58 programas diferentes para emprendimientos, entre los que destacan “Semilla inicia”, “Semilla emprende”, “Sumate a innovar”, “Crea y valida”, se podría decir que son las grandes ligas de emprendedores.

Por otro lado, buscar financiamiento en el ámbito privado puede ser un poco más fácil, ya que la moneda de pago es el endeudamiento o la dilusión del emprendimiento para la obtención de inversionistas.

Los fondos privados de inversión también pueden calificarse: en crowfounding, Equity y Ángeles: donde los inversionistas, son una o mas personas, evalúan el volumen de ventas y dan apoyo profesional en la difusión del emprendimiento.

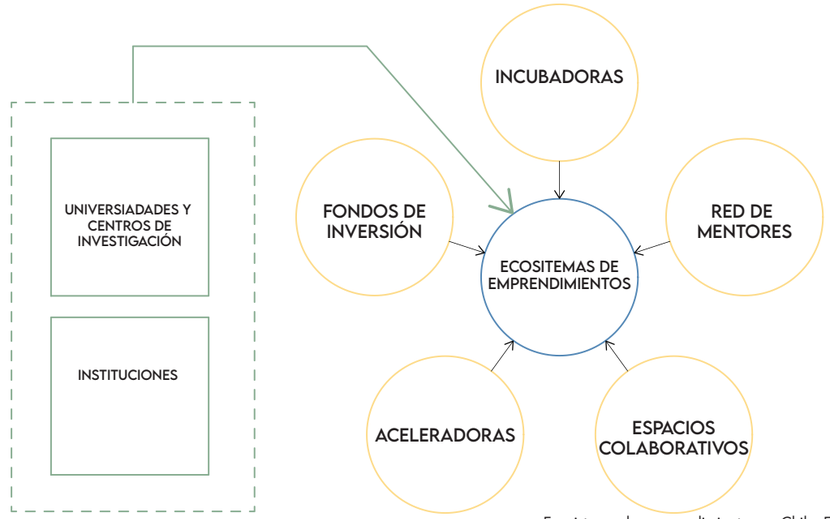
Ecosistema de emprendimientos

En Chile se caracteriza al ecosistema de emprendimientos con 5 grandes aristas: incubadoras, redes de mentores, espacios colaborativos, aceleradoras, y fondos de inversión.

Incubadoras: Son entidades que tienen un rol en etapas tempranas, sobre el emprendimiento, prestan ayuda en mentorías y búsqueda de financiamientos, otorgan herramientas de gestión y finanzas, con la meta de que los emprendedores puedan establecer su primera versión de modelo de negocios y producto mínimo viable (PMV). Hasta el año 2013 existían en Chile 19 incubadoras, de las cuales 12 trabajan con CORFO.

Red de mentores: Son empresarios o emprendedores exitosos que comparten experiencias, apadrinando a otros emprendimientos bajo su alero, otorgando concejo y dirección. En la actualidad es muy solicitado un mentor, ya que aportan conocimiento y redes de contactos, muy valorados en el mundo comercial

Espacios colaborativos: Son como lo dice, espacios de colaboración e interacción entre distintos emprendimientos, entre estos destacan: Co-working: Espacios de diversidad y colaboración entre emprendimientos para complementarse de manera simbiotica. Y los HUB: Espacio de colaboración especializados en el desarrollo de tecnología de prototipados del tipo I+D y star up, que en su mayoría se ven asociados a establecimientos educacionales (Universidades).



Ecosistema de emprendimientos en Chile, Elaboración propia
Fuente: Curso de preincubación conecta3

Aceleradoras: Son entidades que viendo constituido un emprendimiento, ayudan en su **escalamiento económico**, ampliando su modelo de negocio.

Fondos de inversionistas: Son fondos en su mayoría privados, que dan la chance a emprendimientos a optar un mayor capital, mediante la **dilusión** de su emprendimiento de un % de este, entre lo cuales se pueden categorizar como:

Fondos ángeles: fondos otorgados por personas que no buscan un retribución monetaria en primer lugar, si no mas bien se la juegan a ciegas sobre emprendimientos, incluso algunos de alto riegos como las star-ups.

Fondos equity: son fondos de inversionistas privados de carácter tradicional.

Crowfounding: son fondos de inversión en donde una multitud de personas diferentes aportan e invierten en distintos emprendimientos, donde se logran campañas de distinta duración para dar apoyo a los emprendimientos. En la realidad nacional e internacional se puede apreciar distintos modelos de gestión para emprendimientos.

Referentes en modelo de gestión y espacios de emprendimientos

Variados son las entidades públicas y privadas, se han volcado a los emprendimientos que surgen cada día en el pais, debido a que se han vuelto un grueso importante de la oferta laboral, con una tendencia constante al crecimiento.

Hoy por hoy bancos, universidades, organizaciones públicas y privadas, han generado mecanismos o formas de apoyo a emprendedores, de tal forma de aumentar el porcentaje de exito del emprendimeinto. algunas llegando a crear espacios de trabajo destinados al público general o cierto nicho de actividades creativas.

BANCOS



Desde hace algunos años, distintos bancos han aumentado la oferta de apoyo y credito a emprendedores "independientes", personas que comienzan a emprender de manera particular sin ayuda estatal o externa.

En un comienzo parte de los emprendedores que sostenian cierta liquidez, comenzaron a tomar creditos de consumo para invertir en sus emprendimientos, los cuales eran de rapido y facil acceso. Los bancos comenzaron a dar importancia al ver el aumento de demanda a este tipo de credito y cual era su fin último.

Con esta idea, la oferta de nuevos tipos de creditos que apuntaban a los emprendedores aumentaron, dando tasas de interes más flexibles y la opcion de distintos montos. Algunos bancos fueron más allá buscando la fidelidad del consumidor, añaden a su oferta el apoyo al desarrollo del emprendimiento, una incubadora. Por lo que ademas de tener dinero para emprender, te proporcionan una red de apoyo de profecionales con los cuales puedes definir tu propuesta de valor.

Apoyo al Emprendimiento	Propuesta de valor
Gestión y desarrollo de emprendimientos, cuentas bancarias	Administración y gestión
Deuda	$
S/Información	Superficie

Banco	Apoyo al Emprendimiento	Financiamiento
Banco de Chile	Si	Si
Banco Internacional	No	No
Scotiabank Chile	No	Si
Banco de Crédito e Inversiones	Si	Si
Banco Bice	No	Si
HSBC Bank	No	No
Banco Santander	Si	Si
ITAU Corpbanca	No	No
Banco Security	No	No
Banco Fallabella	No	No
Banco Ripley	No	No
Banco Consorcio	No	Si
BBVA	No	Si
Banco Estado	Si	Si

Listado de entidades bancarias en Chile, Elaboración propia
Fuente: www.cmf.cl

En la actualidad existe un total de 14 bancos, incritos en la camara de mercado y finanzad CMF, de los cuales destacan 4:

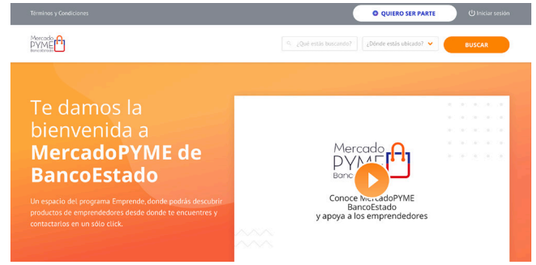
Banco de chile: dentro de su oferta configura un progrma de incubacion llamado APOYO PYME, en donde se orienta a los emprendedores, asi como incentivos como premios para emprendedores, concurso pubclico para impulsar emprendimientos a lo largo del pais

Banco de Credito e inversiones: crea el Programa de incubacion NACE, para empredimeintos establecidos con un monto minimo de ventas de 2400 UF anuales, acortando el nicho a su oferta de productos.

Banco santander: Este banco, sumado al programa de incubación, presenta una estrategia en la atencion al cliente, modificando algunas de sus oficinas en espacios de trabajo comunitario (WORK-Cafe), como un beneficio para sus usuarios que necesiten un espacio para desarrollar sus actividades. Crean vinculos con a la asosiacion de empendedores de chile ASECH, realizando concurso focalizados como Santander X, Ideas X y BrainChile

Banco estado: con un rol público Banco estado, es el banco que acapara la mayoria de los emprendimientos, debido a su contacto cercando a instituaciones publicas nombradas anteriormente, ademas es el banco que otroga la mayor cantidad de creditos a microemprendedores.







Entidades bancarias en Chile con programas de apoyo al emprendimeinto
Fuente: www.santander.cl, www.bancochile.cl, www.bci.cl

Artesanías de Chile

Identidad
hecha a mano.

Arte y cultura	Propuesta de valor
Gestión Desarrollo, Investigación y Formación de artesanos	Administración y gestión
Venta de productos Talleres, Charlas	$
Sucursales en distintos hoteles y museos en Chile	Superficie

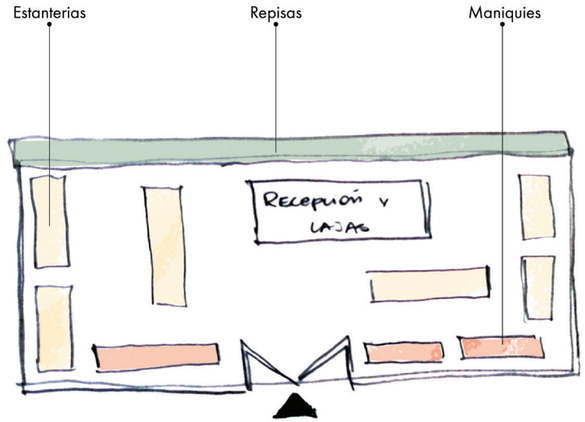
Artesanías Chile

Somos una entidad de derecho privado, sin fines de lucro, que desde hace 18 años (12 de julio de 2002) trabaja para preservar, valorar, fomentar y difundir la artesanía tradicional chilena, promoviendo la integración de artesanas y artesanos a procesos de desarrollo cultural y económico del país, con el fin de crear nuevas y mejores oportunidades para ellos, entendiendo que la artesanía es una actividad de sustento de muchas familias, especialmente en localidades rurales.*(Descripción entregada por Artesanías Chile).*

Funciona como una red de artesanos, que buscan difundir la artesanía, dándole valor al proceso que conlleva la artesanía, en un proyecto unificado, en donde artesanas y artesanos tienen acceso a un espacio de exhivisión y venta de sus productos, bajo la cara de una misma tienda, presente a lo largo del país.



Sucursal de fundación de artesanos de chile
Fuente: www.artesanosdechile.cl



Planteamiento esquematico locales, Artesanias chile
Fuente: Elaboración propia

ESPACIO IF

Medio de ideas	Propuesta de valor
espacios de ideas, colaboración y apoyo técnico	Administración y gestión
Arriendo de espacios y capacitaciones	$
800m2	Superficie

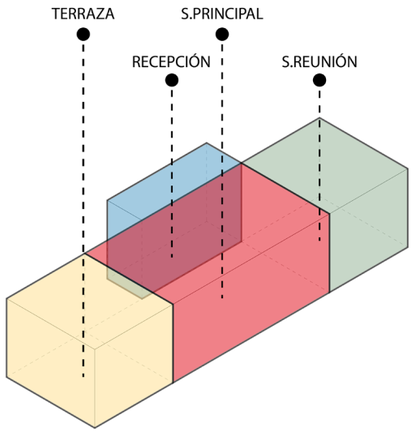
Co-working, Espacio IF:

IF es un lugar de encuentro donde se pueden desarrollar múltiples actividades de innovación y emprendimientos. Espacios físicos y virtuales donde se promueve la diversidad y nuevas ideas, co n una vocación colaborativa. En IF creemos en el talento y en que las oportunidades son el motor para poder desarrollarlo. *(descripcion entregada por espacio IF)*

El modelo de negocios de Espacio IF es arrendar espacios de trabajo a medida de las necesidades del usuario ya siendo desde un puesto de escritorio hasta un set de oficinas. Siempre con la idea de crear encuentro entre personas, crear contactos en un espacio de trabajo compartido con distintas especialidad



Actividades en espacio IF Valparaíso
Fuente: www.IF.cl



Isometrica S/E espacio IF Valparaíso
Fuente: Elaboración propia

En el caso de Espacio If Valparaiso, este es la azotea del edificio de la radio Portales, plaza anibal pinto, Valparaiso. Este cowork, se compone un único gran Taller/ Salón como recepción, un espacio diafano y versatil en su uso, en donde se realizan la mayor parte de las actividades cotidianas de los emprendedores, es un espacio conector con el resto de los recintos, que estan permitidos desbordarse hacia él, sumado a el uso de su mobiliario permite adaptarlo y acondicionarlo para diferente tipos de actividades vinculates con los emprendedores, como: Charlas, Talleres y Exposiciones, etc.

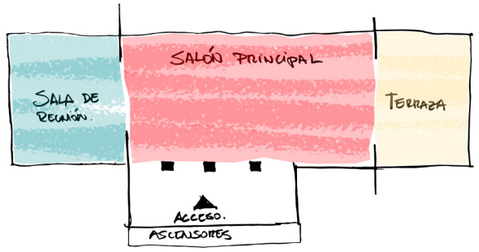
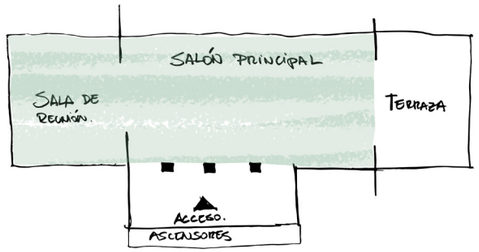
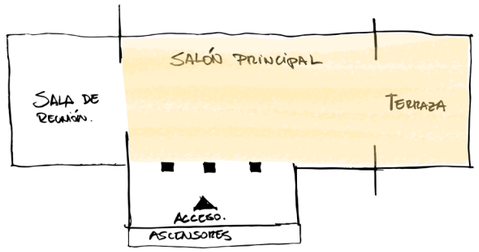


Diagrama general de espacios
fuerte: elaboración propia



Diagrama, uso para charlas
fuerte: elaboración propia



Diagrama, uso para eventos
fuerte: elaboración propia



Evento Reunión ASECH
fuerte: www.if.cl



Charla
fuerte: www.if.cl

NAVE

NAVE

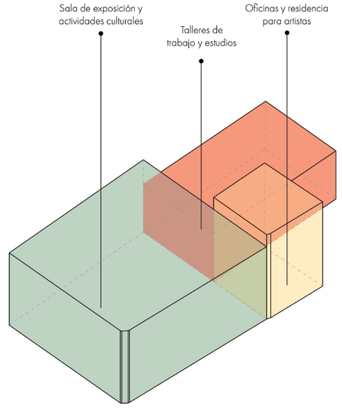
Arte	Propuesta de valor
Gestión Desarrollo, Investigación y Formación de artistas	Administración y gestión
Donaciones de privados, ley de donaciones culturales	$
480m2	Superficie

"Fundación patrimonio creativo desarrolla su proyecto NAVE como parte d e sus políticas entorno a la valoración del arte. La fundación busca potenciar el resguardo del patrimonio creativo de las artes vivas, incentivando su Desarrollo, Investigación y Formación."*(Descripción entregada por Nave).*

El año 2019, NAVE con su programa de desarrollo de cultura, dio residencia a 145 artistas, realizo 120 actividades relacionadas a la cultura y las artes, y tuvieron una participación anual de 4400 personas dentro del año.



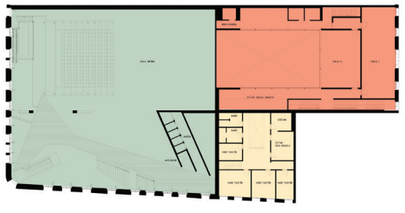
Espacio NAVE Santiago exterior
Fuente: www.NAVE.io



Isometrica S/E Espacio NAVE
Fuente: www.NAVE.io



Analisis de planta 01, Espacio
NAVE, Elavoracion propia
Fuente: www.nave.io



Analisis de planta 02, Espacio
NAVE, Elavoracion propia
Fuente: www.nave.io

El espacio NAVE, es un espacio para el desarrollo e investigación de la cultura y las artes, programa se desarrolla a través de salas y espacios diáfanos, que puedan dar cabida a todo tipo de expresión artística.

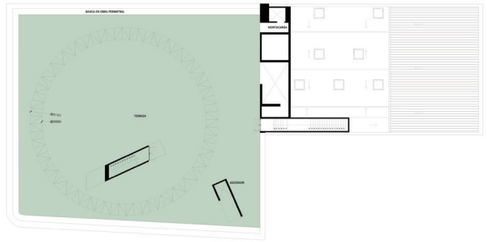
Con una superficie total de 2000 m2, alberga en su interior un ecosistema para artistas, que mediante concurso optan a la residencia de NAVE y desarrollar su arte, hasta el punto de exposición y difusión.

Dicho lo anterior, NAVE prioriza en su composición espacial, un amplio salón de eventos/exposición (Verde), en donde se llevan a cada las actividades culturales involucradas, y también donde es el punto de encuentro entre los artistas y los visitantes, este espacio diáfano y de doble altura, permite adaptarse a distintas necesidades según sea el caso de la actividad a realizar, desde obras de teatros, pequeños conciertos, exposiciones, ferias, etc..

Adicionalmente, este espacio de exposición se complementa con una terraza para actividades al aire libre.

NAVE dispone espacios de salas y talleres (ROJO), en donde las y los artistas tiene libertad de trabajo y estudio, con comodidades mínimas para su realización, en donde el artista puede desarrollar su obra, en un periodo de tiempo determinado, que posteriormente sera expuesta en el salón principal.

Y finalmente un espacio administrativo, en donde la fundación realiza sus trabajos burocráticos, que adicionalmente comprende espacios de residencia para los artistas becados, complementando así las becas de residencia que entrega la misma fundación, para artistas fuera de la región metropolitana.



Analisis de planta 03, Espacio
NAVE, Elavoracion propia
Fuente: www.nave.io







Espacio NAVE interior
Fuente: www.NAVE.io

CasaTIC

Cámara Salvadoreña de Tecnologías de Información y Comunicaciones

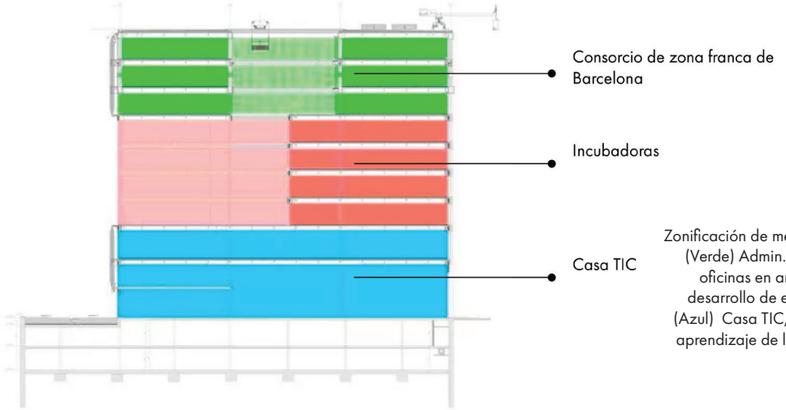
Md. de Comunicación	Propuesta de valor
Gestión Desarrollo, Investigación de medio de comunicación masiva	Administración y gestión
Donaciones privados y estatales	$
23.000 m2	Superficie

Media-TIC:

El edificio esta concebido como el forúm ciudadano que ha de ser el punto de comunicación y encuentro de las empresas e instituciones del mundo, de las tecnologías de la información y de la comunicación (TIC) en Barcelona, así como del sector de medios audiovisuales. Albergan emprendimientos ligados a los medios de comunicación masivos, incubadoras con programas internacionales (Landing) y locales (Accel).



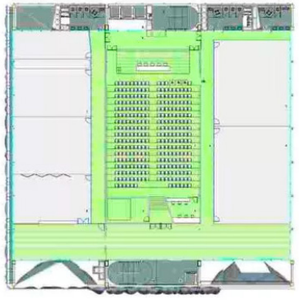
Edificio Media TIC
Fuente: www.plataformaarquitectura.cl



Zonificación de medios de comunicación Edificio Media TIC (Verde) Admin. Consorcio de Zona Franca de Barcelona, oficinas en arriendo, (rojo) incubadoras, programas de desarrollo de emprendimientos internacionales y locales, (Azul) Casa TIC, Equipamiento ciudadano de exhibición y aprendizaje de las TIC, y lugar de encuentro de empresas, entre ellas y con el ciudadano.
Fuente: www.wikiarquitectura.com



Planta baja, Edificio Media TIC
Fuente: www.plataformaarquitectura.cl



Planta 02, Edificio Media TIC
Fuente: www.plataformaarquitectura.cl

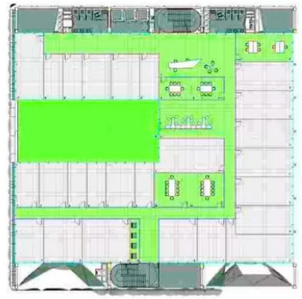
El edificio Media TIC, se concibe como un forúm ciudadano, y punto de encuentro entre empresas e instituciones del mundo de las tecnologías de la comunicación.

Se conforma por grandes espacios diáfanos, que sean capaces de albergar todo tipo de actos masivos, donde se da lugar a la interrelación de empresas, entre estas y el ciudadano, son en sus primeras plantas en donde se destaca esta idea de un edificio urbano, que esta dispuesto a la ciudad, en donde cualquiera que ingrese, se vera inmerso de las tecnologías de la información y comunicación.

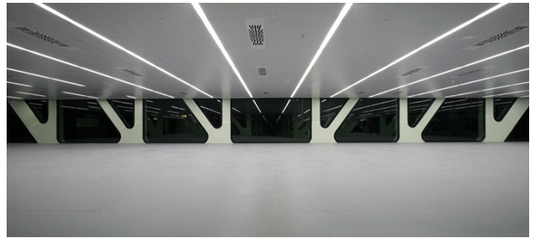
La planta baja, es una planta de carácter libre, en donde el espacio urbano ingresa al interior del edificio, y que encontramos dos grande salones para emprendedores relacionados a la producción de medios de comunicación masivos.

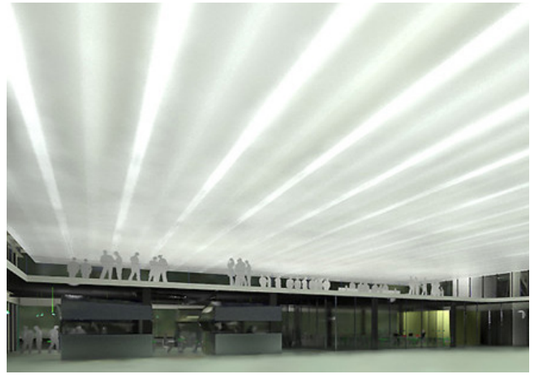
En su segunda planta la compone un gran Aula magna, en donde se invita a un uso intensivo de exposición y publicaciones de las nuevas tecnologías, así como talleres destinados a reuniones y pequeños grupos de trabajo.

Y por ultimo, en su tercera planta, espacios de oficina, adecuados a reuniones pequeñas, reuniones de trabajo e intercambio entre los mismos emprendedores.



Planta 03, Edificio Media TIC
Fuente: www.plataformaarquitectura.cl







Media TIC
Fuente: www.arquitecturaviva.com

Capitulo 03

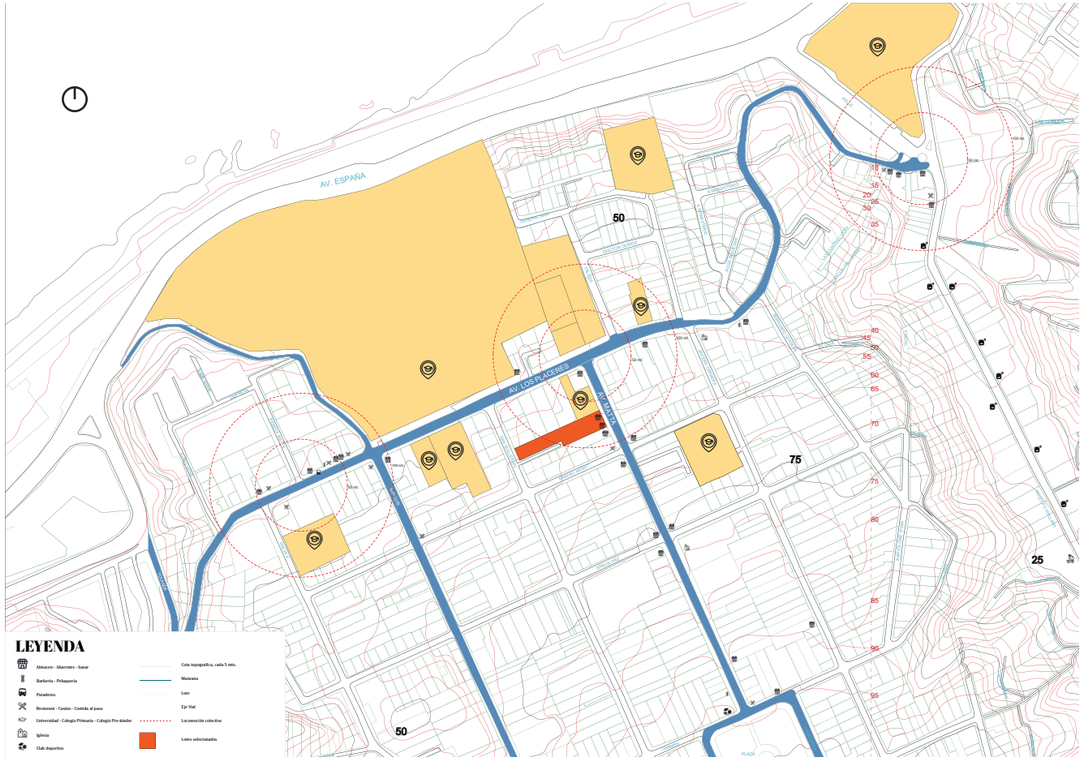
PROPUESTA

Análisis urbano



Valparaíso, es un ciudad de estudiantes con una considerable población flotante, en donde se tiene una clara influencia de recintos educacionales a lo largo de la ciudad, como la Universidad de Valparaíso, La universidad católica de Valparaíso, La universidad de Playa Ancha, la universidad técnica Federico Santa María, y variados centros de formación técnica, entre otros.

Cerro placeres se encuentra en un extremo de la ciudad, culminando el anfiteatro de la bahía de Valparaíso en conjunto con el Cerro Esperanza, su conectividad se ve delimitada desde el borde costero por la Av. España, arteria principal que une las ciudades de Valparaíso y Viña del mar, la cual conecta con sus accesos principales, Av. San Luis por el costado poniente y Calle Pelé por su costado oriente.



Siendo la Av. Los Placeres, la principal vía que recorre de poniente a oriente en la parte baja del cerro, e intersecta con las calle que suben a lo largo de éste, diversificando la movilidad al interior, en su cuadricula. Siendo su principal vía y columna vertebral, Av. Matta la cual conecta todo el cerro en su longitud y culmina en la intersección con la Av. Agua santa.

(Pag. Anterior) Diagrama de establecimientos educacionales e incubadoras de emprendimientos en el Gran Valparaíso.
Fuente: Elaboración propia.

Diagrama de influencia de la universidad técnica Federico Santa María, dentro del sector de Placeres Bajo.
Fuente : Elaboración propia.



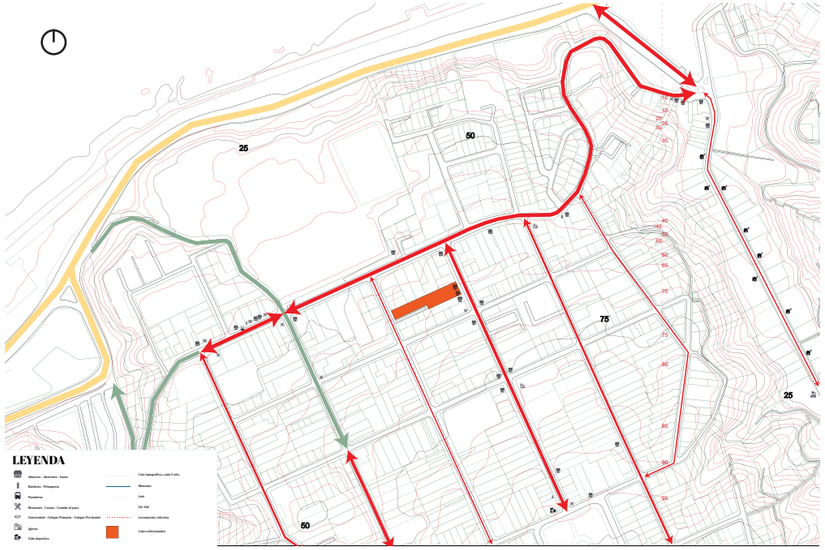




Claro es el caso en Cerro Los Placeres, en donde la casa central de la Universidad Técnica Federico Santa María encabeza el inicio de cerro, siendo una postal y parte de la historia del mismo. En donde en sus inicios la vinculación con los vecinos, era una parte esencial, al punto en que estos podían usar las instalaciones e incluso participar de actividades deportivas y recreativas.

Con el pasar de los años la influencia de la universidad en el sector de Placeres Bajo, permitió la proliferación de distintos comercios relacionado a los estudiantes de la casa de estudio, por una parte la estadía de estos, como pensiones, casas de estudiantes y el arriendo de piezas, así como la venta de abarrotes y artículos de aseo. Creando núcleos de comercio en sus principales avenidas.

Dada la situación de conectividad con la Av. España, el sector de Cerro placeres Bajo tiene una variada oferta de transporte público, como micros y colectivos, que recorre las principales avenidas del cerro, así como la estación de Metro Portales, permitiendo el desplazamiento desde y hacia ambas las ciudades de Valparaíso y Viña del mar. A su vez, el acceso peatonal desde el borde costero y cerros aledaños (Barón y Esperanza), aunque no sea de manera directa, permite esta opción de movilidad.





Fotografías (pag. Anterior, arriba a abajo)
1. Frontis Universidad Técnica Federico Santa María
2. Monolito Diego Portales, intersección Av. Los Placeres y Av. Matta
3. Estación de Metro y Caleta Portales
Fuente: Elaboración propia

Diagramas (arriba a abajo)
1. Análisis de Vialidades al interior del cerro
2. Análisis de oferta de transporte públicos disponible.
Fuente: Elaboración propia.

Emplazamiento



Análisis de emplazamiento, MEP.
Fuente: Elaboración propia.

Desde el análisis previo, podemos entender que el núcleo Social/Comercial en el sector de Placeres Bajo, generado en la intersección de Av. Matta y Av. Los Placeres, brinda fácil acceso tanto en locomoción colectiva como particular, así también la presencia de distintos actores en su trama urbana, como: la universidad, vecinas y vecinos del sector, y el pequeño/mediano comercio.

Se escogen los terrenos adyacentes al edificio de Ingeniería de Diseño de Producto (IDP) de la universidad Santa María, ubicados entre las Calles San Guillermo (Poniente) y Av. Matta (Oriente), tomando en consideración los siguientes criterios:

La suma de los lotes seleccionados, no podrán sumar menos de 2000 m2

Cercanía a las instalaciones de la universidad, con tal de incluir a la institución y hacer uso de sus herramientas y espacios, como parte del proyecto MEP.

De fácil acceso peatonal, transporte publico y privado

Los lotes seleccionados (Naranjo), ademas tiene como cualidad, que en su conjunto se prolongan a lo largo de la manzana, creando un predio con accesos por ambas avenidas colindante, reforzando la idea de pasaje/corredor, previamente existente desde la calle San Guillermo.

Un emplazamiento estratégico, con tal de dar acceso y cabida a la mayor cantidad de actores involucrados en el proyecto, así como un corredor urbano que refuerce la idea de este núcleo social y comercial.

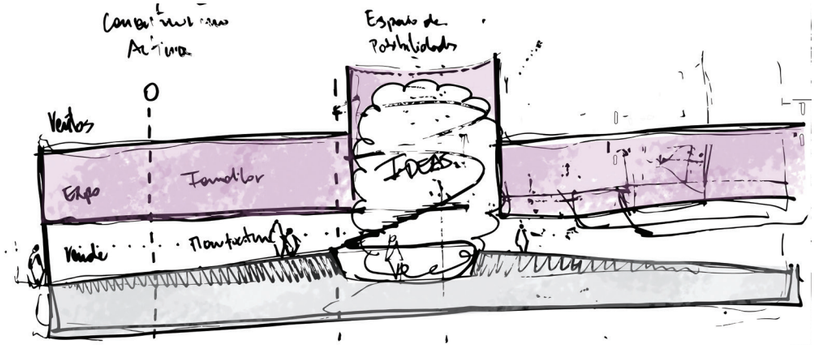






Fotografías (arriba a abajo)
1. Frontis Edificio IDP, ubicado en la intersección de Av. Matta y Av. Los Placeres
2. Comercio adyacente al predio seleccionado
3. Pasaje San Guillermo
Fuente: Elaboración propia

Partido General



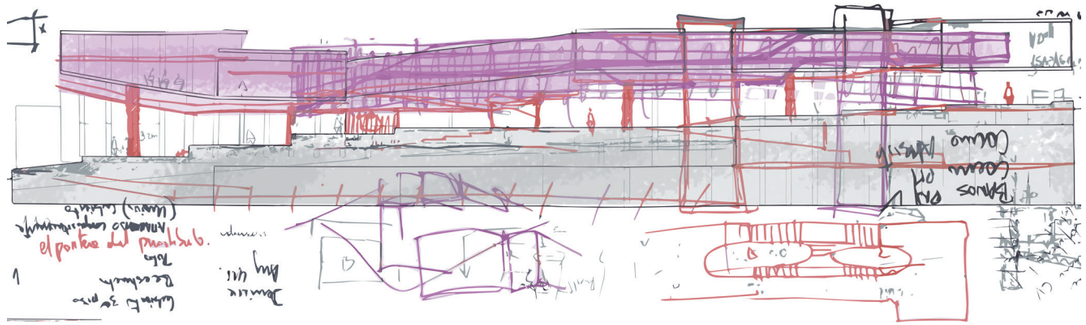
Croquis. Representación abstracta de ideas involucradas en MEP
fuente: Elaboración propia

El mercado popular, se define como un ecosistema de emprendimientos ubicado en Cerro Placeres, con la mision de entregar capacitaciónes y financiamiento a los emprendedores asociados, para desarrollar su marca producto o servicio.

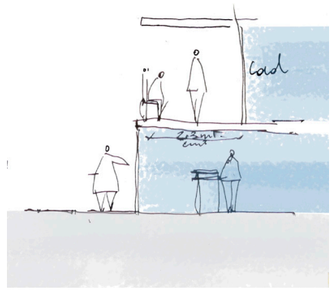
Desarrollandose como un corredor/pasaje urbano, que alberga a los emprendimientos como tambien espacios de encuentro para la comunidad, y entre ambos. Propiciando un desarrollo social y económico desde el territorio, y una vinculacion entre todos los actores participantes.

Abrir el territorio a nuevas ideas, a traves de los emprendimientos, consolidando el MEP como un nucleo de encuentro de actividades comerciales y civicas. Un espacio de encuentro entre el mercado y los consumidores, entre emprendedores y vecinos. Un espacio a disposicion para el desarrollo del territorio.

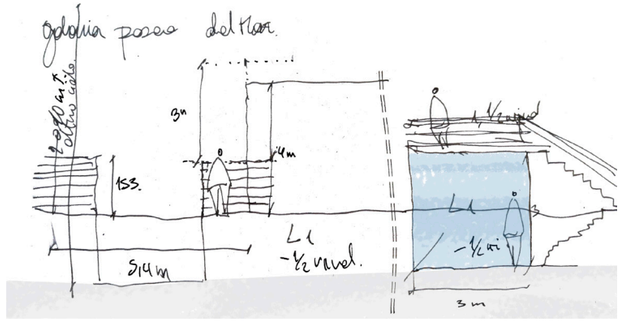
El mercado de emprendimiento popular (MEP) se compone de 3 directrices principales: **los emprendimientos**: como actores principales de la propuesta, **el mercado**: valorizando la economia circular, las nuevas propuestas de visibilidad y mecanismos de financiamiento, y la **vinculación con el medio**: la participacion activa de todos los agentes del territorio.



(Arriba)Croquis. Representacion de MEP, caracterizando el corredor como dos volumenes superpuestos en vertical, donde llacen las actividades de comercio (Blanco), y el volumen de actividades emprendedor/vecino (Morado).
Fuente: Elaboración propia.



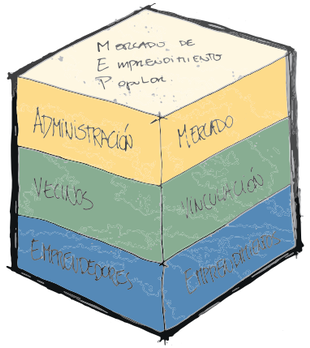
(A)

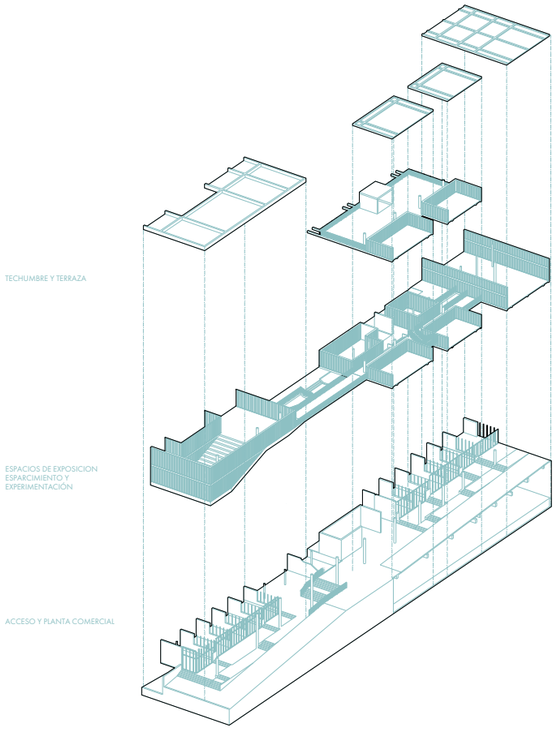


(B)

(Abajo) Croquis. Estudio de galerias calle Valparaíso (Viña del Mar), disposición y organización de locales comerciales, y relación entre niveles.
(A) Galeria Cristal, (B) Galeria Paseo del Mar.
Fuente: Elaboración propia.

Propuesta





M.E.P., busca abrir el territorio a nuevas ideas concentradas en su comunidad, ideas de negocios a través de los emprendimientos y/o ideas de vinculación a traves de actividades civicas.

En este corredor de acceso publico, se implenenta una beteria de locales comerciales, para así consolidar el núcleo comercial del sector. Sobre este corredor se desarrollan tres volúmenes que alojan actividades tales como exponer, experimentar y vincular, tanto a emprendimientos como a comunidades.

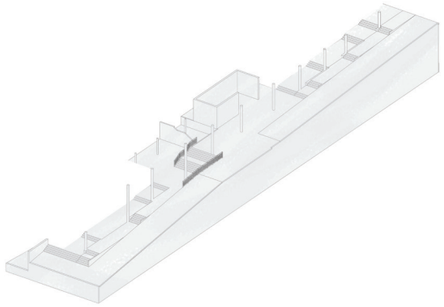
Crear una respuesta desde el territorio, para implementar un espacios de simbiocis entre los distintos actores que utilicen el espacio. Entre los que destácan la Universidad Técnica Federico Santa Maria, Las JJVV nº47 y 49°, y distintas agrupaciones sociales.

La estrategia de vincularse con el departamento de IDP (UTFSM) es tomar provecho de sus instalaciones para el desarrollo de productos, que asi lo requieran, como a su vez, parte de la tutela este nuevo espacio publico, reivindicando la vinculacion de la universidad con sus vecinos. Un espacio de simbiosis entre el territorio y el mercado.

Corredor urbano MEP

El pasaje que vincula las calles de San Guillermo y Av. Matta, se desarrolla en dos secciones, por un lado una rampa serpara en dos tramos, para dar pausa en la seccion de accesos a los niveles superiores y baños publicos.

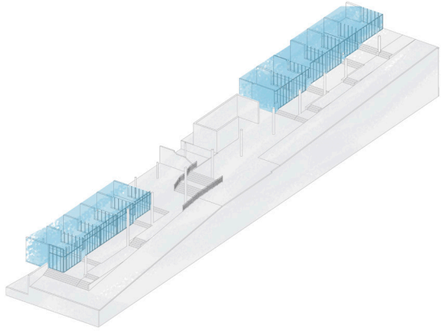
Por otro lado una escalinata seccionada y desfasada, con el objeto de una movilidad más pausa y de estacionaria, en directa relacion con los locales comerciales.



Locales Comerciales MEP

los Locales comerciales, se distribuyen a lo largo del pasaje, seccionados en distintos niveles dado por la propuesta de aterrazamiento de la escalinata, creando la posibilidad de unificar locales, si asi sea necesario.

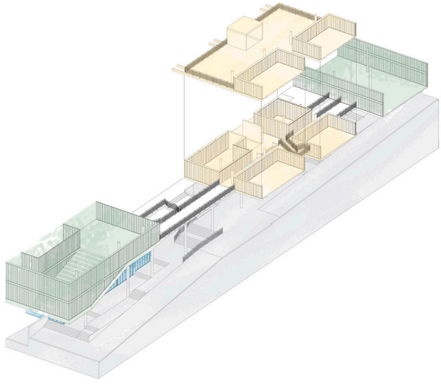
Ademas se propone una facha de local expuesta, a modo de vitrina, exponiendo los productos directamente al paso de personas que transiten por el correodor

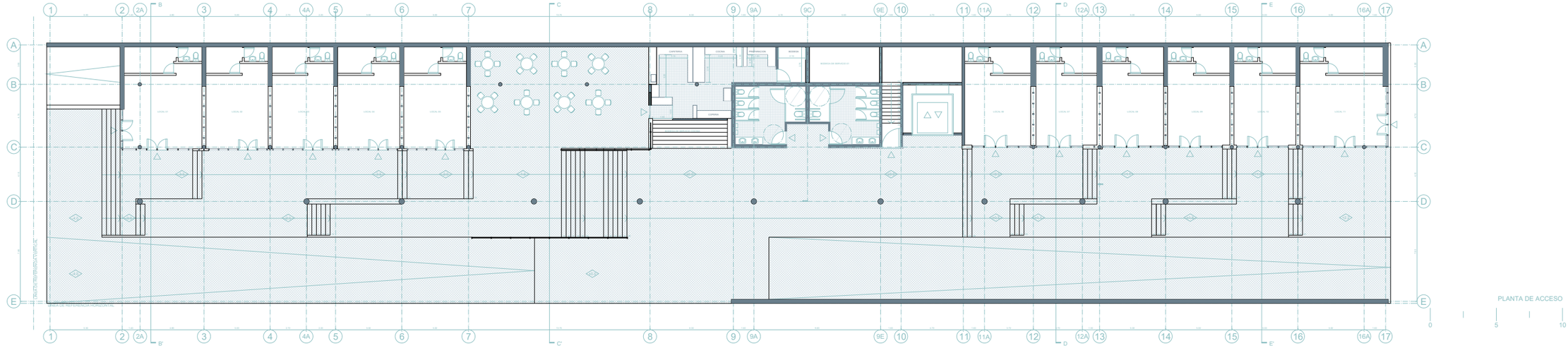


Espacios de Exposicion y talleres

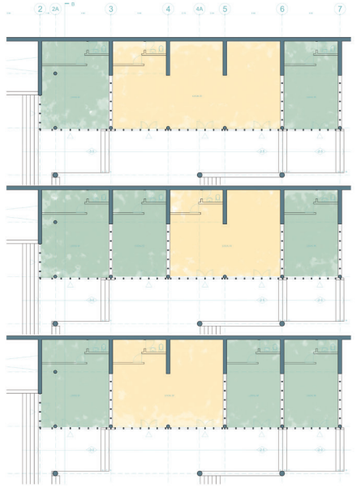
Los volumenes que se desarrollan por sobre el pasaje, dan cabida a las actividadesde de las distintas comunidades. Los espacios de aula y salón (verde), estan pensados en la exposicion: charlas, conferencias, cabildos, ferias y muestras de todo tipo. El volumen central, concentra los espacios de talleres: espacios de trabajo administrativo, creacion, clases practicas.

Todos estos espacios se unifican mediante un circuito de accesos, escaleras y parelas, creando distintos recorridos a donde se desee llegar.

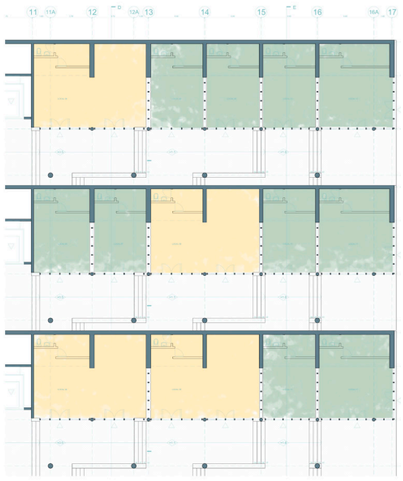




Plano de Acceso MEP
Fuente: Eleboración propia



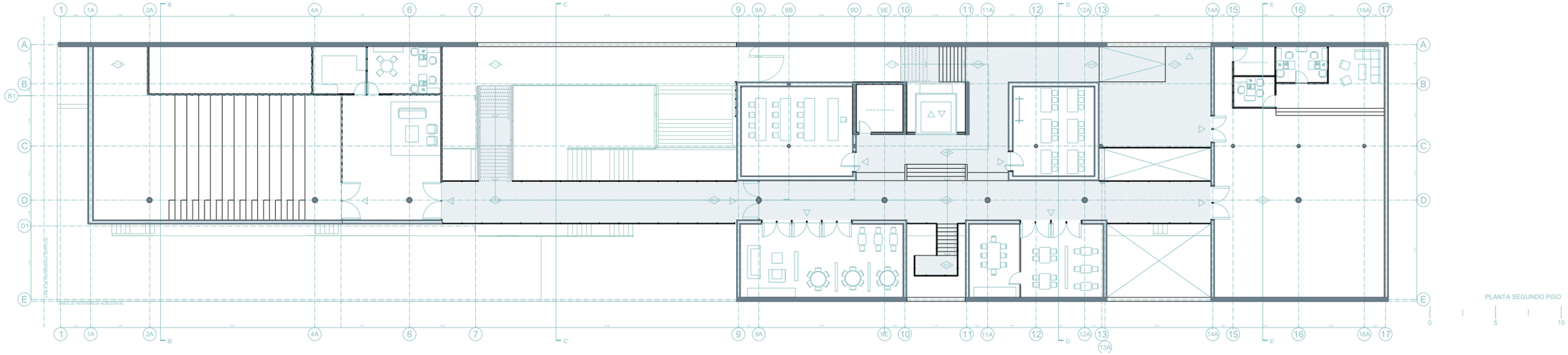
Variacion de locales comerciales, calle San Guillermo
Fuente: Eleboración propia



Variacion de locales comerciales, Av. Matta
Fuente: Eleboración propia



Imagen objetivo:
Corredor, área central MEP,
Fuente: Elaboración propia.



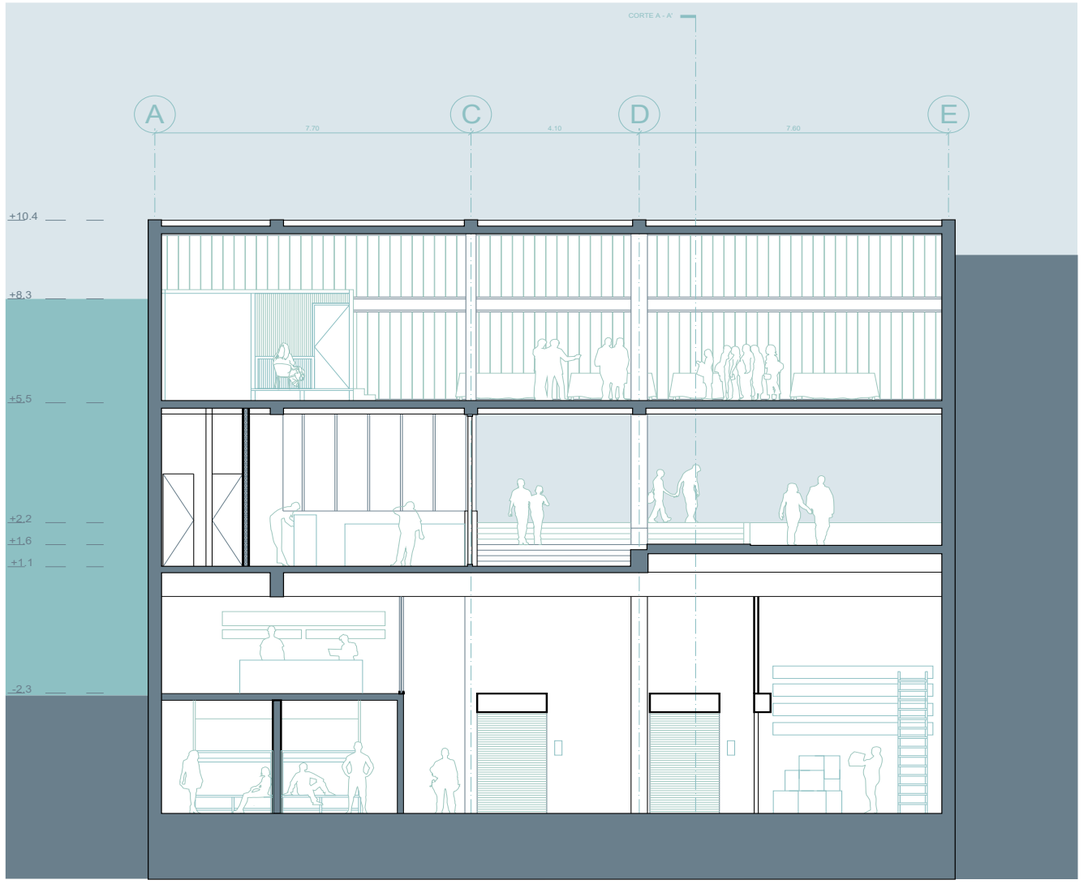
Plano segunda planta MEP
Fuente: Eleboración propia



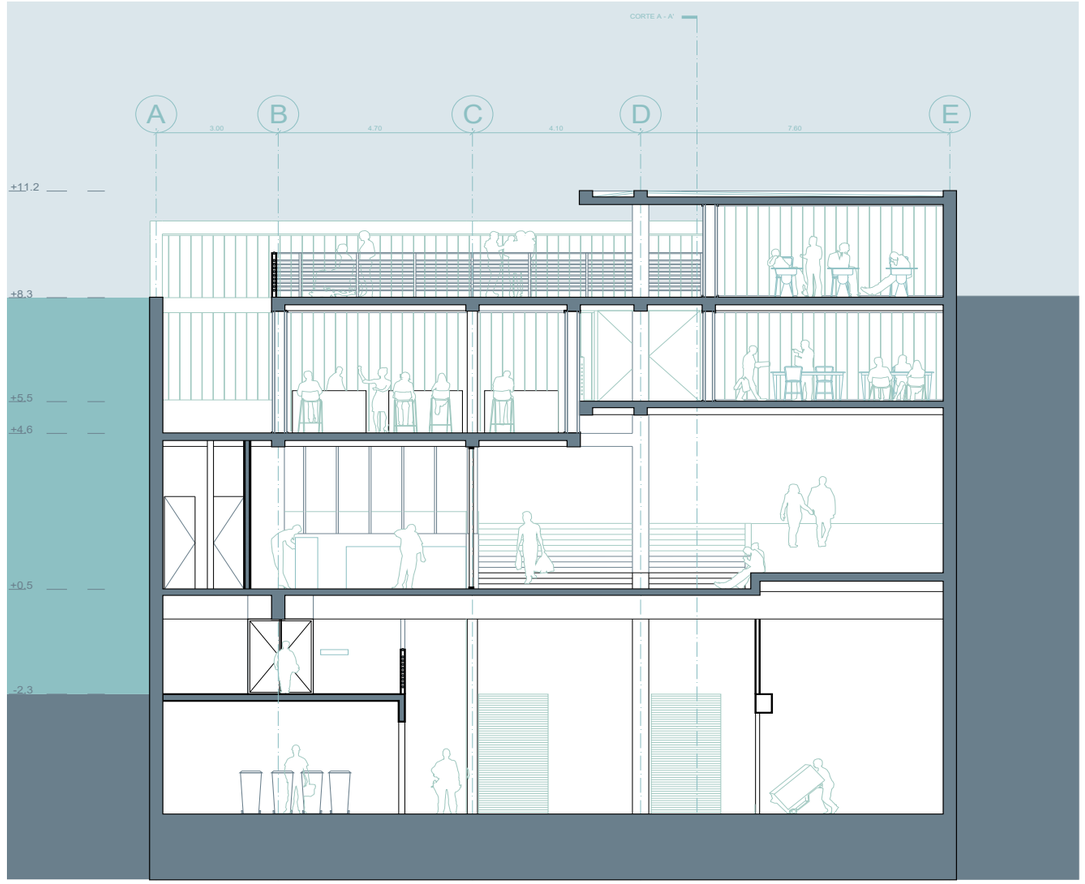
Recorrido entre volumen (verde claro); recorrido entrepiso-acceso (verde oscuro)
Fuente: Eleboración propia



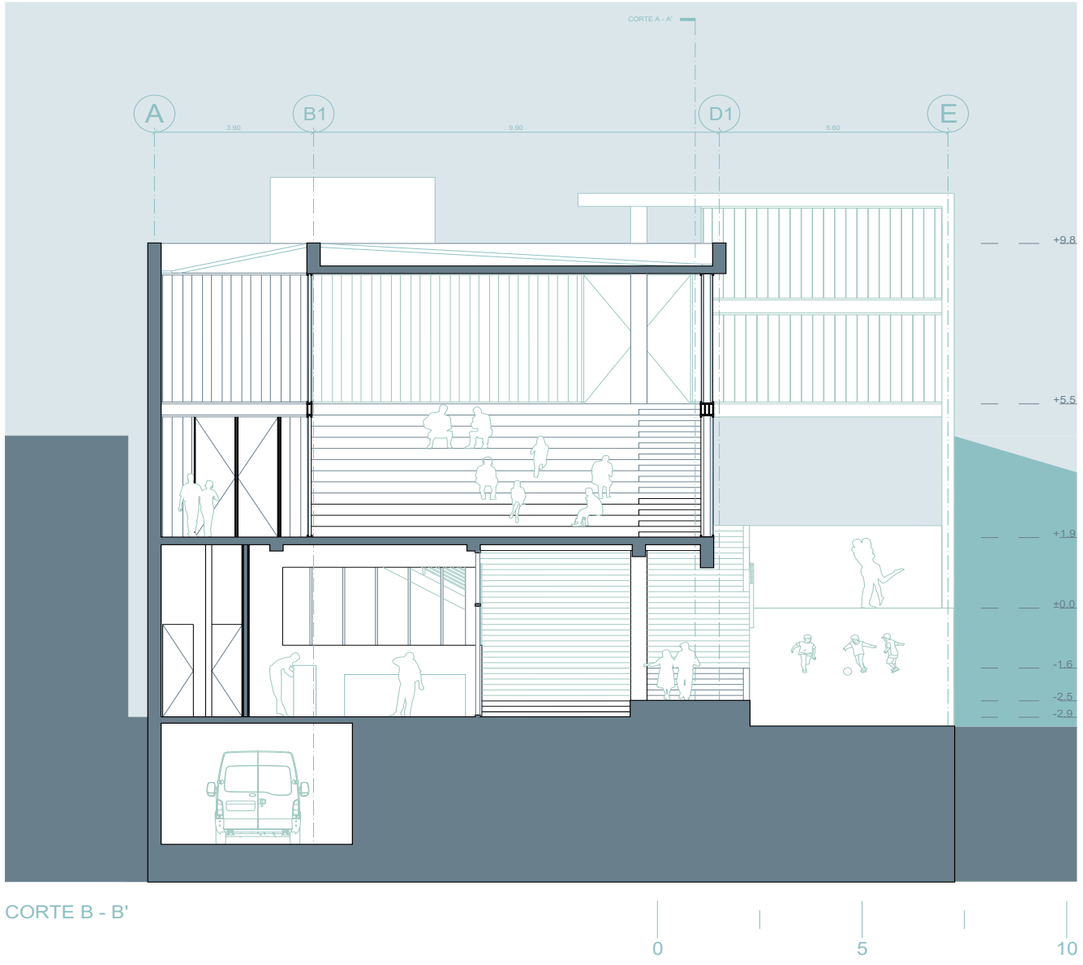
Imagen objetivo:
Corredor, área de talleres MEP,
Fuente: Elaboración propia.



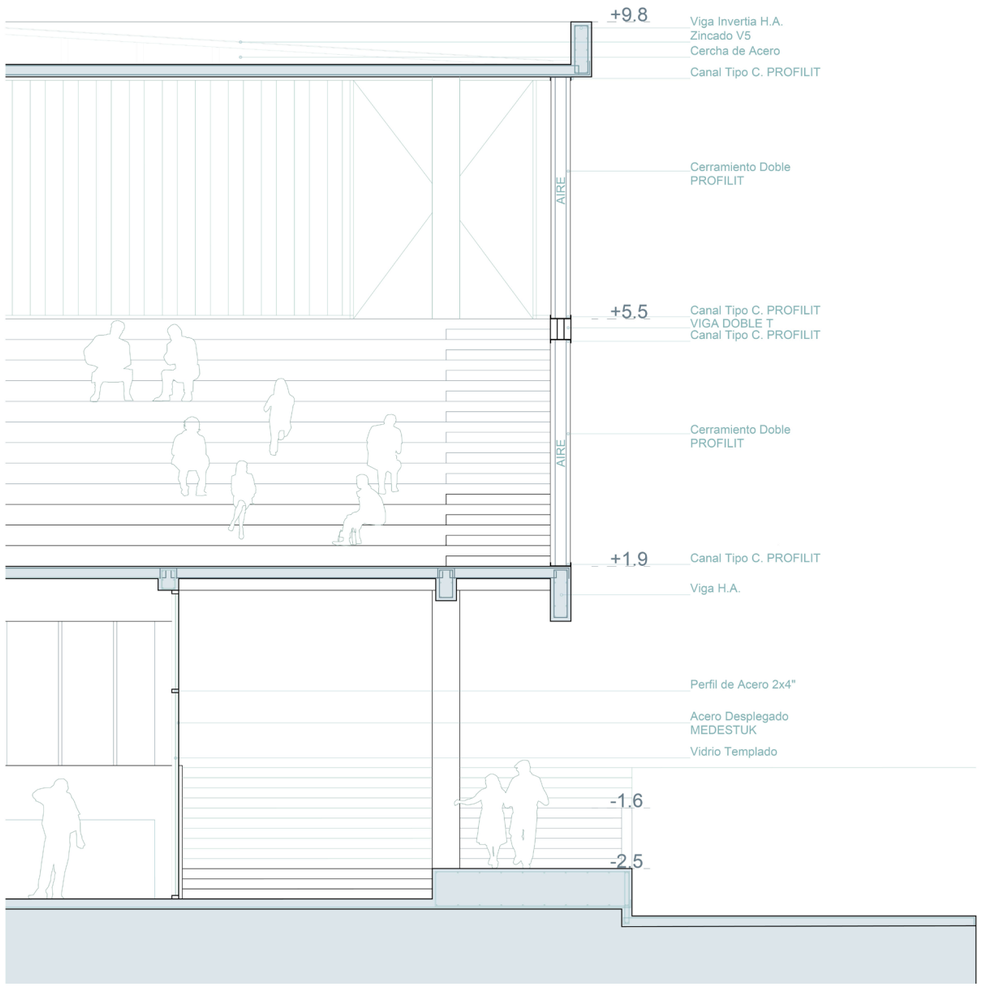
Sección E-E': Salon de eventos (planta superior), pasaje y locales comerciales (acceso), Taller de materiales, camarines y bodegas (subterraneo)
Fuente: Eleboración propia



Sección D-D': Talleres y espacios de trabajo emprendedores (planta superior), pasaje y locales comerciales (acceso), sala de basura y bodegas (subterraneo)
Fuente: Eleboración propia

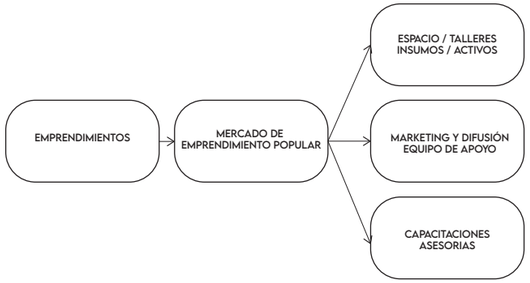


Sección B-B': Auditorio(planta superior), pasaje y locales comerciales (acceso), acceso vehicular (subterraneo)
Fuente: Eleboración propia



Escantillon Sección B-B': Auditorio(planta superior), pasaje y locales comerciales (acceso), acceso vehicular (subterraneo)
Fuente: Eleboración propia

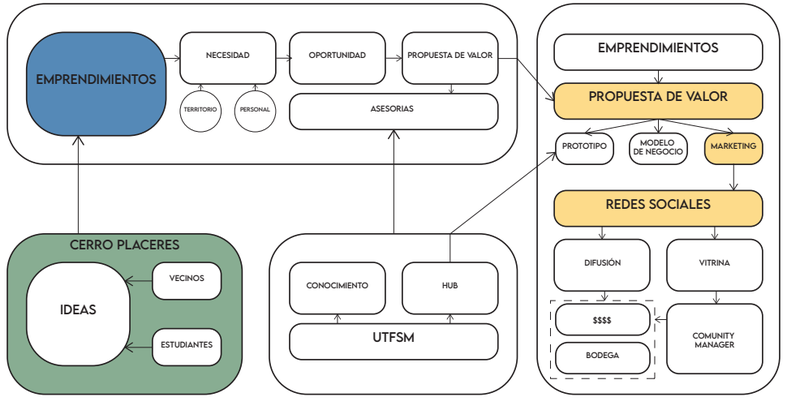
Modelo de gestión



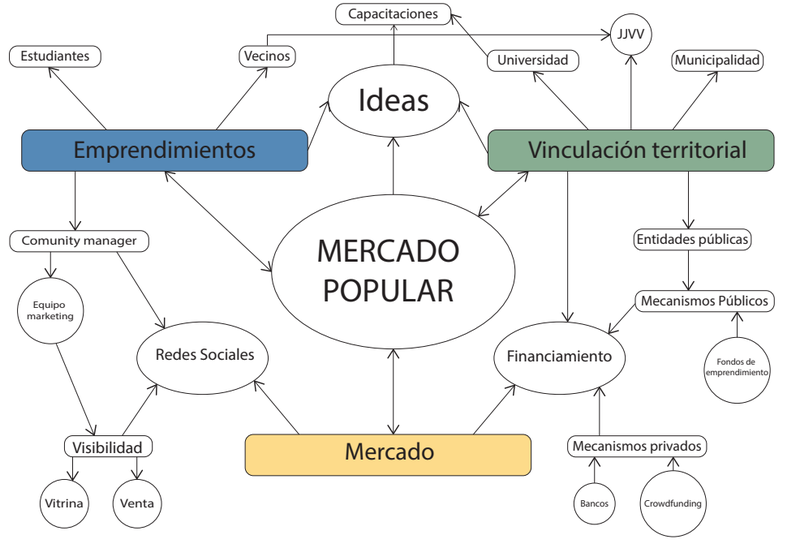
Modelo de gestión emprendedores, MEP,
Fuente: Elaboración propia

MEP tiene como propósito albergar emprendimientos emergentes o en etapas tempranas, entregandoles un espacio donde puedan desarrollar su trabajo, mentorías que fortalescan su gestión y administracion, y ayuda en la busqueda de financiamiento, aumentando asi la probabilidad de éxito de los emprendedores.

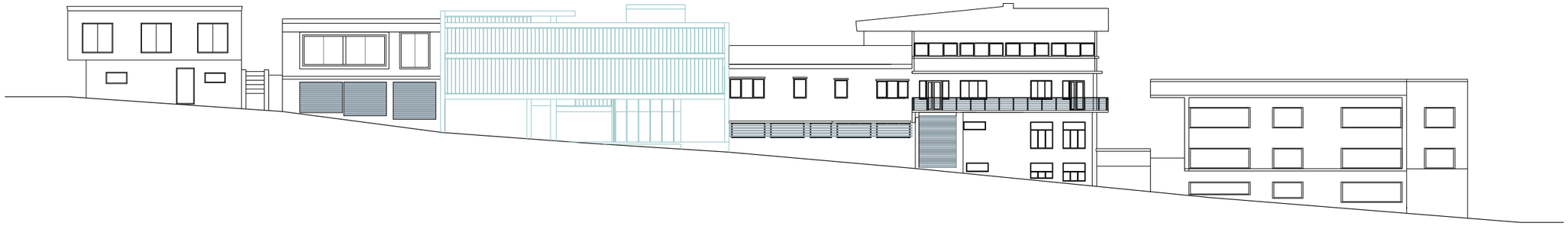
Con esto desarrollar un nucleo comercial, con una mirada desde el territorio, fortaleciendo la idea de una economia circular y un espacio de vinculación con el territorio, un espacio de encuentro entre la comunidad, emprendedores y universidades, ser un nicho de redes de contacto y oportunidades, un espacio de interacción y experiencia de nuevas ideas.



Modelo de vinculacion, MEP.
Fuente: Elaboración propia

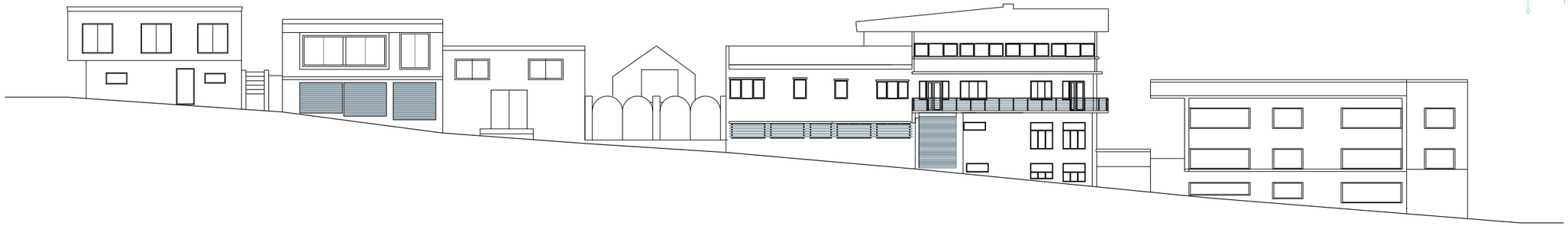


Mapa de actores, MEP.
Fuente: Elaboración propia



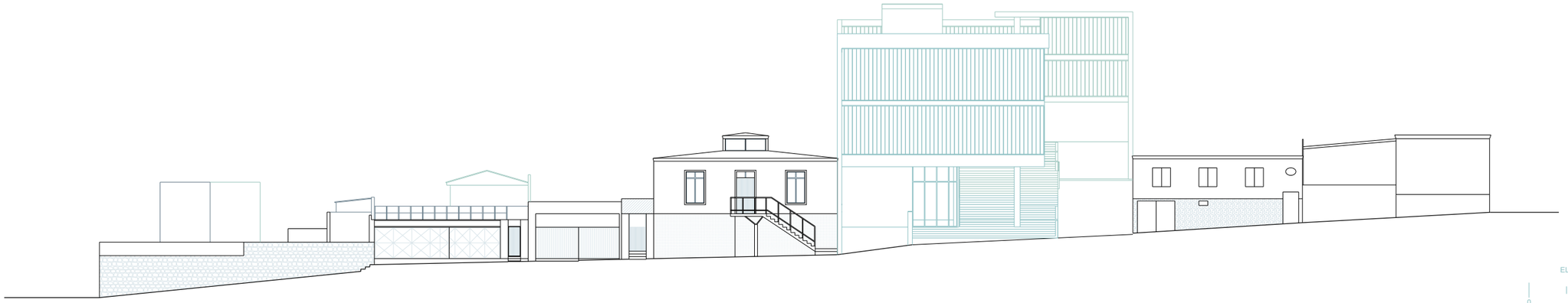
ELEVACIÓN AV. MATTA
SITUACIÓN NUEVA

0 5 10



ELEVACIÓN AV. MATTA
SITUACIÓN ACTUAL

0 5 10



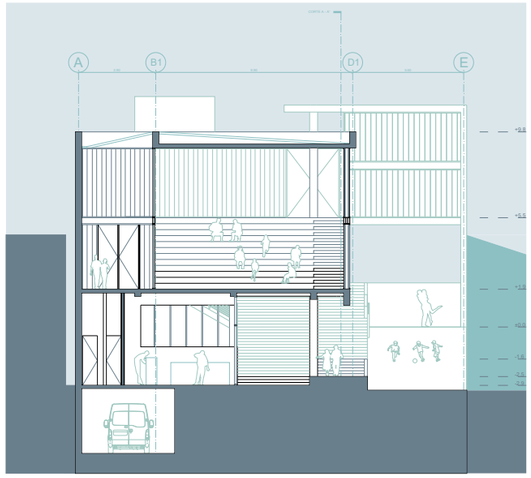
ELEVACIÓN AV. SAN GUILLERMO
SITUACIÓN NUEVA

0 5 10



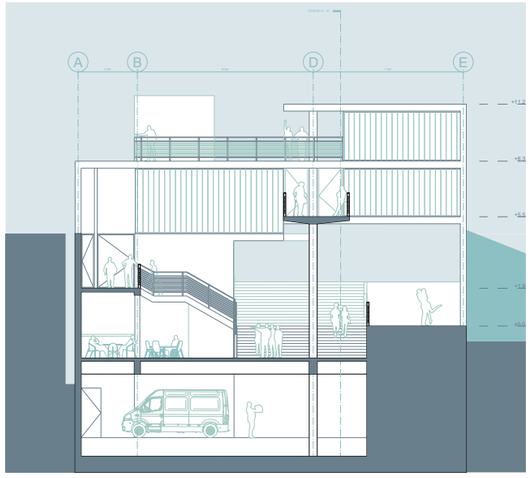
ELEVACIÓN AV. SAN GUILLERMO
SITUACIÓN ACTUAL

0 5 10



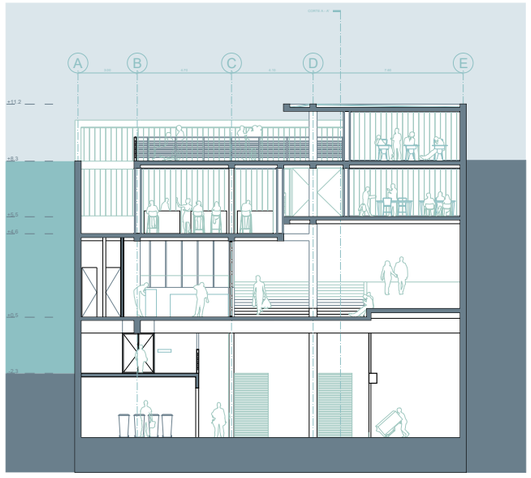
CORTE B - B'

0 5 10



CORTE C - C'

0 5 10



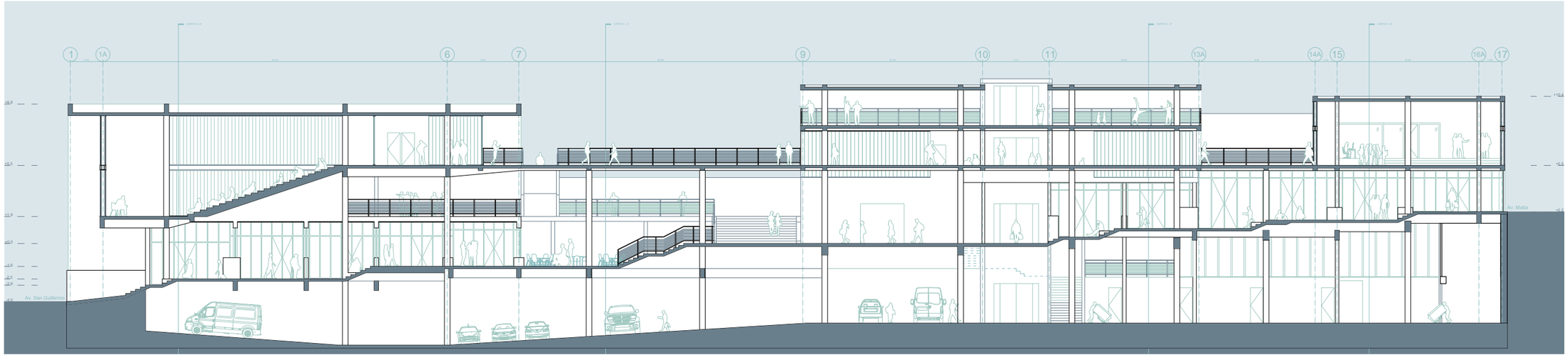
CORTE D - D'

0 5 10



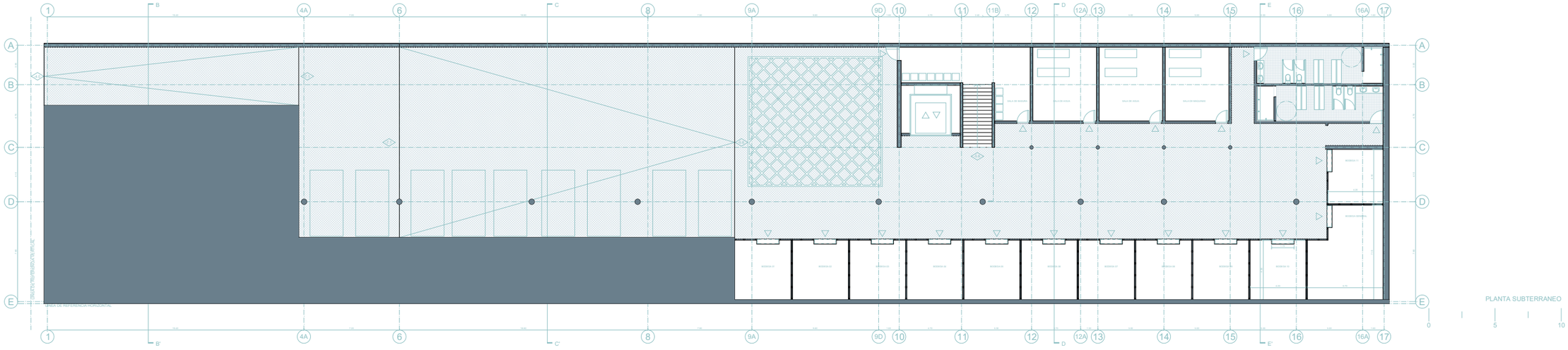
CORTE E - E'

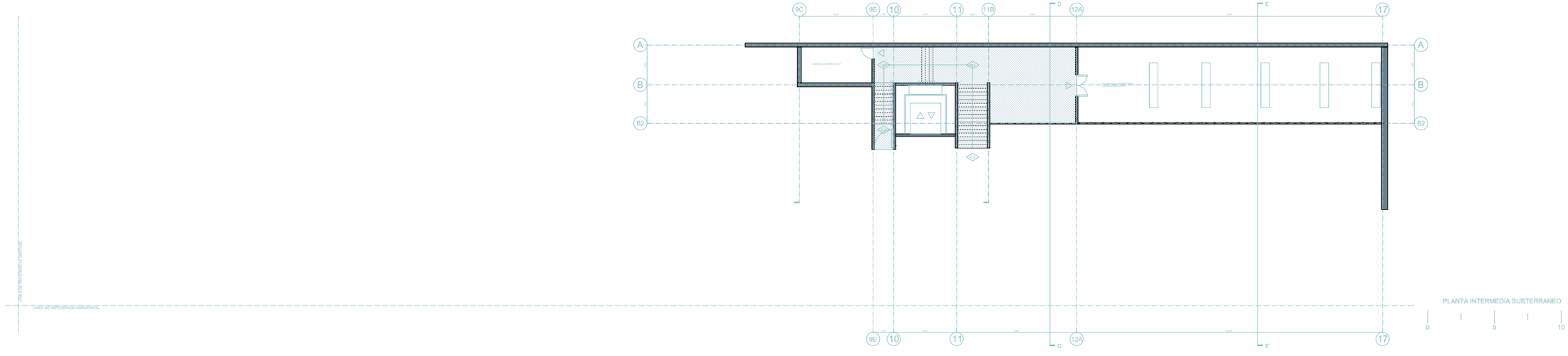
0 5 10

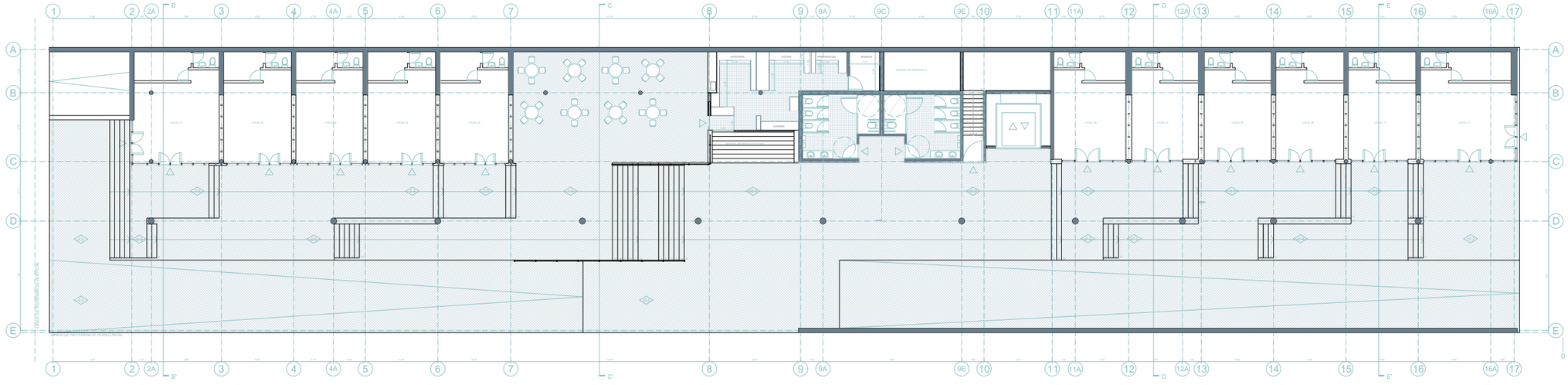


CORTE A - A'

0 5 10

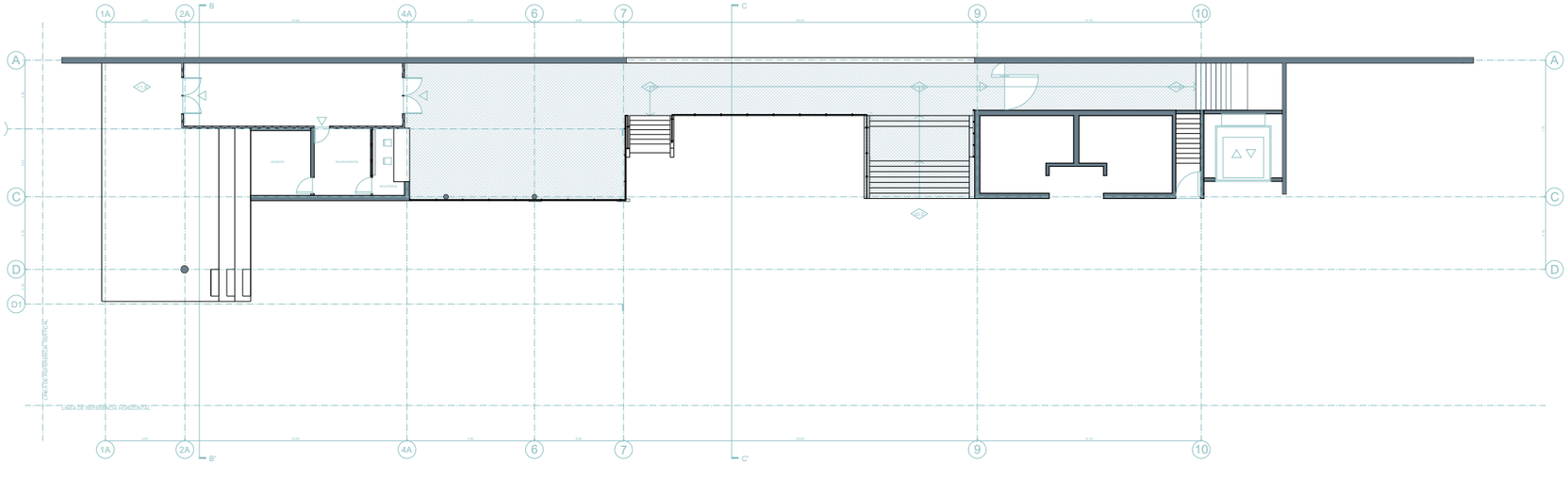

PLANTA SUBTERRANEO
0
5
10


PLANTA INTERMEDIA SUBTERRANEO
0
5
10



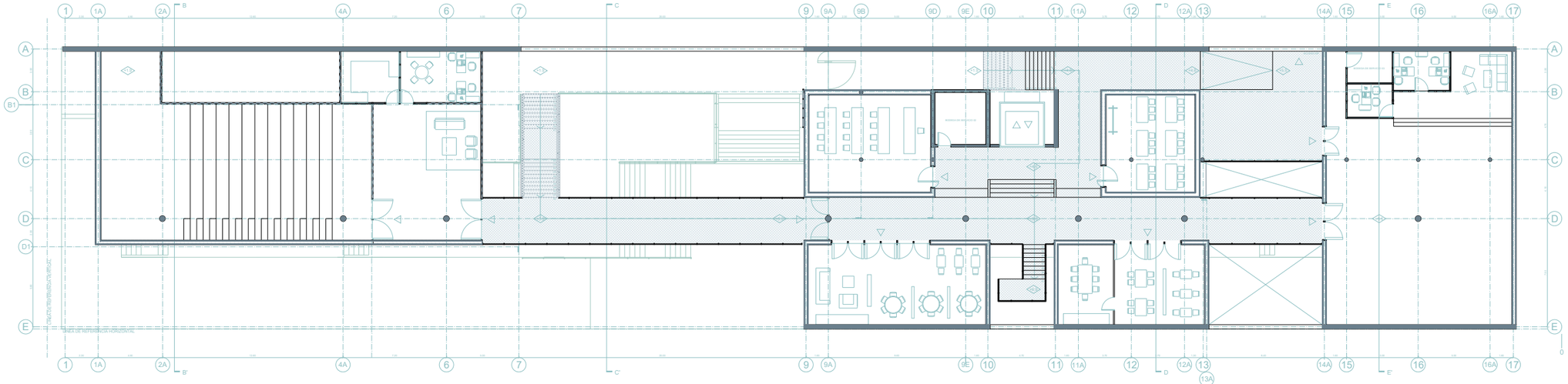
PLANTA DE ACCESO

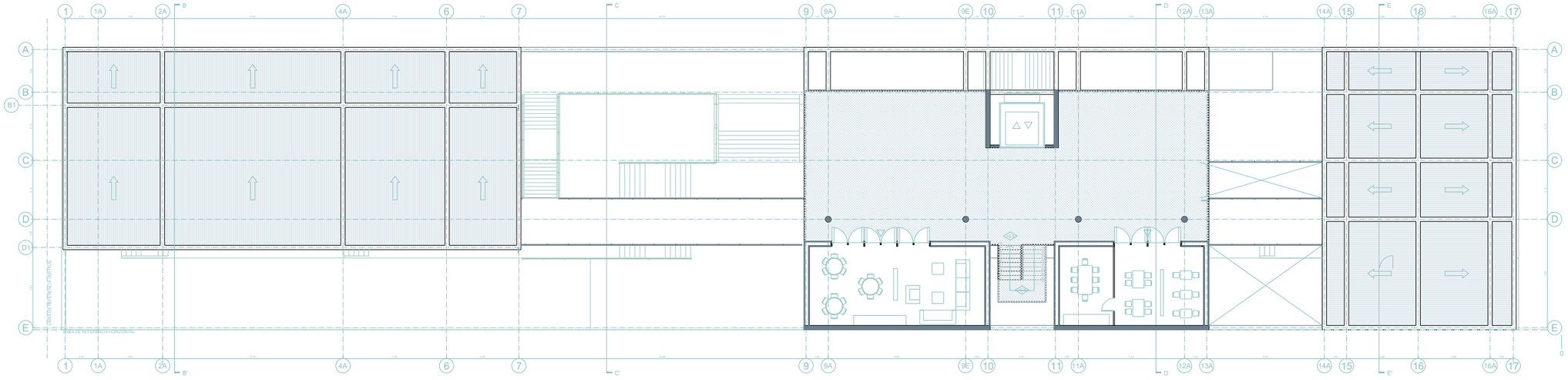
0 5 10

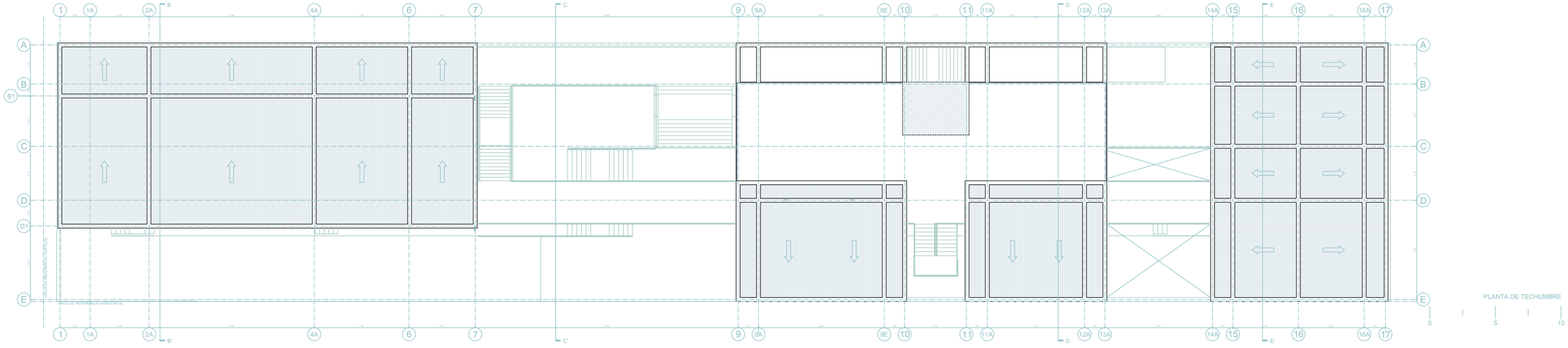


PLANTA INTERMEDIA DE ACCESO

0 5 10


PLANTA SEGUNDO PISO
0
5
10


PLANTA TERCER PISO
0
5
10



PLANTA DE TECHUMBRE



Imagen objetivo:
Pasaje MEP,
Fuente: Elaboración propia.







(izq) Imagen objetivo: auditorio MEP
(der, Arriba) imagen objetivo:corredor, área de talleres MEP,
(der, Abajo) Imagen obtetivo: salón de evento MEP
Fuente: Elaboración propia.

Capitulo 04

BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía

Emprendimientos:

www.corfo.cl
www.sercotec.cl
www.fosis.cl
www.viajedeleprendedor.cl
www.rakia.cl
www.cmf.cl
www.asech.cl

Modelos de Gestión:

www.nave.io
www.ifchie.cl
www.artesaniasdechile.cl
www.santander.cl
www.bancochile.cl
www.bci.cl
www.bancoestado.cl

Referentes de Arquitectura:

Espacio NAVE Smiljan Radic https://www.plataformaarquitectura.cl/cl/773594/nave-smiljan-radic?ad_medium=gallery
Edificio Media TIC Cloud 9 https://www.plataformaarquitectura.cl/cl/750184/media-tic-enric-ruiz-geli

Libros y Tesis:

"El viaje del emprendedor", Libro, Roberto Musso, 2018
"Emprendimiento e inclusion financiera: el papel del bancoestado", Tesis Pedro Castillo, 2015.