

CAPÍTULO I

METODOLOGÍA

CAPÍTULO I. METODOLOGÍA.

Figura 1

Metodología.



Nota. Elaboración Propia.

CAPÍTULO II
MARCO TEÓRICO GENERAL.

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO GENERAL.

2.1 Introducción.

Tomando en cuenta que Tarija tiene 6 provincias que se extienden en un territorio de 37.623Km², con una población total de 573.330 hab. donde el 50.5% son hombres y el 49.5% son mujeres, se determina en el boletín de Tarija en Cifras (INE, Población Proyectada, 2019 - Abril) que el 56.6% de la población son menores de 30 años que serían relativamente jóvenes.

Tarija y Yacuiba son los municipios que cuentan con el 63.5% de la población de Tarija, el otro 36.5% es del resto de municipios, que son 9, siendo un total de 11 municipios.

Igualmente, la población que se encuentra actualmente activa es de 224.000 hab, de tal manera que la tasa de desocupación es del 7.2%. Y el 27.4% tiene como principal ocupación el comercio. (INE, Indicador Empleo, 2019)

En los últimos años los estudios, dinámicas sociales, teorías, y herramientas del emprendedurismo, han evolucionado cambiando la perspectiva de cómo manejar las nuevas empresas. Se está incentivando, a jóvenes y adultos a introducirse a este nuevo mundo de negocios.

En Tarija, como primera actividad económica está el Comercio que representa un 27,4%, en segundo lugar, está Otras ramas de actividad que son actividades relacionadas con la actividad agropecuaria que representa el 21,6% y en tercer lugar está la administración pública, la educación, el área de salud, etc. Con el 17,3% (INE B. T., 2019)

Figura 2

Población en la ocupación principal según actividad económica.



Nota. Recopilado en (INE B. T., 2019).

En el área rural de Tarija, cuenta con las herramientas necesarias, como ser: Internet, televisión, radio, etc. Pero no cuenta con los medios para aprender a utilizarlos en el área del marketing y negocios. Es decir, que la segunda actividad económica de Tarija, no está siendo potencializada al 100%.

Varios agricultores se limitan a producir lo “justo y necesario para la casa y la venta”. Generando que se limite el movimiento económico, y que estos productores sólo lleguen a un público reducido.

Pero nos realizamos la siguiente pregunta: ¿qué pasaría si se lograría cambiar la mentalidad del Tarijeño, a una mentalidad más emprendedora? También potencializar esas fuerzas de trabajador, esas ganas de hacer sus actividades con pasión, aunque lento pero seguro, y todas las virtudes que tienen los Tarijeños al producir.

En fin, se puede lograr que dicha población tenga las herramientas necesarias para poder salir adelante ante cualquier circunstancia económica, como ser el ejemplo actual de la pandemia Covid-19, que incluso ni el Estado está logrando ayudar a toda la población, y ahora el Tarijeño está luchando por su economía propia.

2.2 Delimitación Del Tema.

Se considera que el Valle central es una de las zonas con mayor índice de crecimiento de nuevas zonas de producción, a comparación de las otras, como ser la

zona Andina, o del Chaco (valles profundos). De esta manera, el alcance de este proyecto abarcará a la mayoría de las comunidades de San Lorenzo, Uriondo e incluyendo al radio urbano de Tarija, los mismos formarían parte del Valle central de Tarija.

Figura 3

Representación del Valle Central de Tarija.



Realizando el análisis respectivo, se definirá que municipio cuenta con mayor cantidad de emprendedores de los diferentes rubros existentes en Tarija. También se considerará a los productores agrícolas debido a que es la segunda de las principales actividades económicas.

Entonces, se determina que el primer paso para lograr cambiar la mentalidad de una persona es capacitándola de un tema en específico, y lo ideal sería contar con un espacio donde se pueda capacitar a los Tarijeños emprendedores;

- El emprendedor que tiene una idea, pero no sabe cómo iniciar.
- El emprendedor que ya empezó, pero no sabe cómo impulsar su emprendimiento.
- El emprendedor que se encuentra estancado, o al punto de cerrar el emprendimiento.

Además, lograr concientizar a la población emprendedora de Tarija, debido a que en la actualidad se presenta que la mayoría de profesionales egresados no logran conseguir trabajo relacionado con su carrera, y deciden comenzar a ser emprendedores. Además, que en este 2020 empezarán años difíciles económicamente para Tarija.

2.3 Planteamiento Del Problema.

Tarija, tierra llena de oportunidades, beneficiada desde el 2006 con la explotación del petróleo y el gas, solventando la economía hasta el 2014, fecha donde las regalías y el PIB sufrieron una caída repentina y profunda. Hasta el día de hoy se desconoce el ¿Por qué? Pero lo que sí sabemos es que, hoy y mañana, Tarija enfrentará un gran golpe en su economía.

En una entrevista al analista Álvaro Ríos comentó:

En parte es cierto que nos hemos farreado la plata. En los últimos 10 años hasta 2018, Tarija tuvo 5.000 millones de dólares de ingresos por renta petrolera, que no se aprovecharon convenientemente (...). Analistas, técnicos como yo, que han visto que no tenemos que depender del gas. En este momento hay una ley departamental próxima a ser aprobada, para atraer inversiones y apoyar al sector privado. Entonces hay que cambiar la mentalidad del tarijeño en cuanto a su actitud. (Roca, 2019)

De este modo, Tarija actualmente se encuentra al borde de: recuperarse económicamente, o estancarse por varios años. Entonces se debe buscar nuevas alternativas, y como decía el analista, si se busca impulsar al sector privado, apoyaría en un porcentaje a la economía.

El impacto del Covid-19 en Tarija será grande en la economía, debido a la detención de las actividades e ingresos tanto en el sector privado como en el sector público. “Porque registrará una tasa negativa del -13% en su economía” (DEBER, 2020)

Las autoridades respectivas se encuentran alarmadas con esta situación debido a que este año sería “sexto año consecutivo después que se repitieron en los últimos cinco años, con una debacle que comenzó en 2015 al situarse en -2,7% y luego en 2016 - 2,2%, en 2017 -3,7%, en 2018 -4,4% y en 2019 -5,9%.” (DEBER, 2020)

Igualmente, el economista y docente universitario, José Luis Pórcel plantea:

Elaborar un plan estratégico de mediano plazo para el post coronavirus. Con esto se debe apoyar el fomento a la producción agrícola y manufacturera, sin descuidar la salud y educación que permita mejorar el comportamiento de los habitantes. Después iniciar gestiones ante el Gobierno central y organismos para captar recursos financieros. (Pórcel, 2020)

Además, en las universidades de Tarija egresan una gran cantidad de universitarios que “el 47% no consigue empleo” (La Voz de Tarija, 2019) y opta por comenzar en el mundo del emprendedurismo e incluso crean negocios que no están relacionados con sus profesiones.

Entonces, si las autoridades no toman acciones correctas ante la situación, Tarija llegará a estar muy afectada económicamente, se debe ver alternativas para impulsar el ciclo económico. Concientizar, planificar y actuar.

2.4 Hipótesis.

Las personas si no cuentan con la información para potencializar y mantener el movimiento económico, se continuará presentando números negativos.

2.5 Justificación Del Problema.

Asimismo, para lograr un aporte al movimiento económico de Tarija, se debe iniciar con brindar la información para concientizar a las personas del estado actual; un declive económico grande. Despertar ese interés base para que la persona pueda empezar a ser creativo en soluciones futuras, porque si se continua con los mismos pasos actuales, no lograremos un cambio en Tarija.

Peor aún, con el freno económico que genera esta pandemia del Covid-19, para una solución, se necesita varios pasos a ejercer, pero podemos empezar con el más importante que es la capacitación.

Actualmente ya están existiendo problemas reflejados por el Covid-19 por ejemplo: “Una empresa textilera con más de 30 años en la industria boliviana cerró sus operaciones porque desde marzo, no pudieron exportar su producción. Dejando en la calle a más de 200 trabajadores.” (El País, 2020) Cuando retornemos las actividades, será un buen momento para actuar.

Considerando que el área rural del Valle Central no cuenta con equipamientos especializados en Marketing y Negocios, se determina enfocarse en esta población que se dedica a la segunda principal actividad económica de Tarija, para de este modo potencializar a la misma.

Se determina tomar en cuenta a; la población productora ya sea dueña o trabajador de tierra, es decir, el UPA; la Unidad de Productores Agropecuarios. De tal manera se toma en cuenta el último censo agropecuario, donde nos muestra:

Tabla 1.

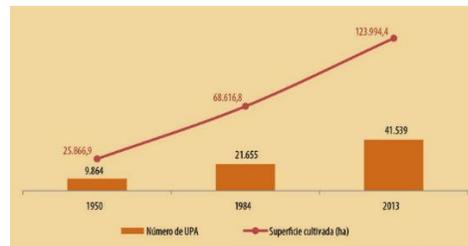
Tarija: Número de unidades de productores agropecuarios.

Provincia	Número de Upa	Upa que tienen o trabajan parcelas o tierras	Participación porcentual
Méndez	7.147	7.117	17.3
Cercado	6.325	6.320	15.4
Avilés	5.302	5.288	12.9
Tarija	41.539	41.074	100.0

También, determina la (INE, 2015, diciembre) que entre Cercado, Avilés y Méndez la provincia que tiene mayor índice de personas ya sean dueñas o que trabajen la tierra, es la provincia de Méndez con 7.147 UPA.

Figura 4.

Número de unidades de producción agropecuaria, censo.



Fuente y Elaboración: Instituto Nacional de Estadística

Considerando que en este Censo se “Presentan un crecimiento del 321 por ciento en relación al censo de 1950” (Tarija200 Estudios y Análisis, 2017).

En base a este gráfico de UPA hasta el 2013, se realiza una proyección al 2027, el número de UPA llegaría a 54961 hab.

Tabla 2.

Cálculo del UPA proyectado al 2027 mediante método aritmético.

ANO	POBLACIÓN	ΔP	Δt	r
1950	9864	11791	34	346.79
1984	21655	19884	29	685.66
2013	41539			
R(PROMEDIO)=		516.22	26	1032.48

La población futura en el 2027 será:

P2027= 5162+516,22 (26)

P2027= 54960.841

Pf = 54.961 hab.

Nota: Elaboración Propia.

Se presenta una población que cuenta con un emprendimiento o tiene la idea base, y otra población que no cuenta con un emprendimiento, pero desea empezar. Ante esto se realizará una encuesta a la población de Tarija, San Lorenzo y el Valle

para poder identificar cuánta población emprendedora existe, y cuáles son las actividades económicas que destacan en dichas zonas para determinar la ubicación de las sucursales.

2.6 Objetivos.

2.6.1 General.

Desarrollar el proyecto arquitectónico del edificio central de una red de equipamientos donde se capacite a pequeños y medianos agricultores-emprendedores, en ámbitos de negociación, desarrollo y manejo financiero.

2.6.2 Específicas.

- Generar un edificio que sea inclusivo a toda clase de personas, sobre todo cumpliendo criterios de accesibilidad universal.
- Establecer ambientes especializados para la enseñanza de computación, marketing y manejo de redes sociales.
- Rescatar elementos de la tradición constructiva, uso de materiales e imagen arquitectónica de San Lorenzo.
- Generar un edificio que sea eficiente energéticamente y contemple un diseño bioclimático adecuado, que contribuya a disminuir impactos ambientales.

2.7 Visión.

Ser reconocido como “La cuna de los emprendimientos” que provee emprendedores con el conocimiento necesario para el desarrollo en los negocios, brindando soluciones tanto teóricas como prácticas, comprometido con la innovación, investigación y cultivo de valores morales y éticos. Apoyando a la reactivación económica del sector privado.

2.8 Misión.

Brindar información, inspiración y oportunidades para el desarrollo de los emprendimientos en el nuevo mundo de negocios.

CAPÍTULO III
MARCO CONCEPTUAL.

CAPÍTULO III. MARCO CONCEPTUAL.

3.1 Capacitación Y Su Importancia.

La capacitación es el desarrollo para adquirir nuevas destrezas y conocimientos sobre un tema en específico. Es decir, “el conjunto de actividades didácticas, orientadas a ampliar los conocimientos, habilidades y aptitudes” (Perez, 2020).

La importancia que tiene la capacitación en relación al hombre es que, si no nos informamos constantemente de nuevos temas aparte de quedar desactualizados, nos limitamos a un mundo de nuevas oportunidades. Donde estas oportunidades pueden convertirse en nuevos negocios, más oportunidades de trabajo, hasta mayor control de las finanzas personales. “La capacitación juega un papel primordial para el logro de tareas y proyectos” (Gobierno de Mexico, 2018).

3.2 Emprendedurismo Y Mente Millonaria.

3.2.1 ¿Quién Es Un Emprendedor?

Es aquella persona que está predispuesta a convertir su idea en un proyecto físico, encuentra esa oportunidad de negocio y lo ejecuta.

La actitud emprendedora está conformada por:

- Tener fe en uno mismo y en el proyecto.
- Una buena preparación, espiritual, física, mental y de conocimientos.
- Tener un objetivo claro, no desviarse y permanecer en el tiempo.
- Hacer, equivocarse, levantarse y seguir.
- No tener miedo al fracaso o a la crítica.
- Respetar las leyes del dinero.
- Tener una velocidad de acción mucho más rápida que la mayoría de las personas.
- Estar predispuesto a cambiar, si es necesario para avanzar.

- Seguir las huellas de un referente, de un mentor.
- Compartir lo aprendido con quienes lo necesiten. (Kiyosaki)

Entonces, el emprendedor que se capacita constantemente, ayuda cuando puede, es una persona decidida y con sus pensamientos bien ordenados. Uno no nace siendo emprendedor, capacitándose la persona llega a aprender que a veces lo que uno piensa no es lo correcto, que tu patrón de dinero puede ser el incorrecto, pero sobre todo uno mismo puede determinar y crear su recorrido en la vida. “Si quieres cambiar los frutos, tendrás que modificar primero las raíces. Si quieres cambiar lo visible, antes deberás transformar lo invisible” (Eker, 2007) Harv nos habla en su libro sobre el patrón del dinero, y se puede extraer que todas nuestras acciones nacen en nuestra mente, así que si uno desea cambiar los resultados de nuestros negocios, primero hay que cambiar la mentalidad.

3.2.2 Mente Millonaria.

En algunas situaciones la mente juega en el equipo contrario de uno mismo, llega a ser el mayor obstáculo, entonces se plantea que es mejor alimentar a la mente con pensamientos que ayuden a creer como personas, ayuden a mantener la calma, ayuden a ver las soluciones en vez del problema, y entre muchos aspectos.

Entonces cabe detallar los 17 archivos de riqueza del libro Secretos de la mente millonaria, estos son los siguientes:

1. La gente rica piensa: Yo creo mi vida, los pobres piensan: la vida es algo que me sucede.
2. Los ricos juegan al juego del dinero para ganar, los pobres juegan al juego del dinero para no perder.
3. La gente rica se compromete a ser rica, la gente pobre desearía ser rica.
4. La gente rica piensa en grande, la gente pobre piensa en pequeño.
5. La gente rica se centra en las oportunidades, la gente pobre se centra en los obstáculos.

6. La gente rica admira a la gente rica y próspera, a la gente pobre le molesta la gente rica y próspera.
7. Los ricos se relacionan con la gente próspera, la gente pobre se relaciona con gente sin éxito.
8. Los ricos quieren promocionarse a sí mismos, los pobres piensan negativamente de la promoción.
9. La gente rica es más grande que sus problemas, la gente pobre es más pequeña que sus problemas.
10. Los ricos son excelentes receptores, los pobres son malos receptores.
11. Los ricos eligen ser pagados por resultados, los pobres eligen ser pagados por tiempo empleado.
12. Los ricos piensan: las dos cosas, los pobres piensan: o esto o lo otro.
13. Los ricos se centran en su fortuna neta. Los pobres se centran en lo que ganan con su trabajo.
14. Los ricos administran bien su dinero, los pobres administran mal su dinero.
15. Los ricos hacen que su dinero trabaje para ellos, los pobres trabajan por su dinero.
16. Los ricos actúan a pesar del miedo, los pobres dejan que el miedo los detenga.
17. Los ricos aprenden y crecen constantemente, los pobres piensan que ya lo saben. (Eker, 2007)

Todos estos principios generan una reacción en la mente, dando lugar a la duda, ¿lo que hago está bien? Entonces es recomendable que, para ver resultados en el futuro, se necesita cambiar de mentalidad, y sobre todo se necesita capacitarse.

3.3 Relación Marketing Y Agronomía.

Existen varios conceptos y definiciones alternativas del Marketing, pero en lo particular la definición más concreta es la siguiente: “El marketing es un sistema total de actividades de negocios ideado para planear productos satisfactorios de necesidades, asignarles precios, promover y distribuirlos a los mercados meta, a fin de lograr los objetivos de la organización.” (Stanton, Etzel , & Walker, 2017).

Actualmente en Tarija se distingue esencialmente los negocios relacionados con “Agricultura, Silvicultura, Caza y Pesca”, según el (INE B. T., 2019) Ante esto se debe considerar en primer lugar como concientizar a este tipo de negocio.

Para ello, existe el Agro marketing digital, “que engloba aquellas acciones y estrategias de publicidad, comunicación, relaciones públicas o comerciales inherentes a un tema, producto, servicio o marca (empresarial o personal) que se llevan adelante en los medios y canales del internet de las cosas.” (AgroMarketing Bialar, Copyright 2015 - 2020) que es referente a las estrategias a emplear por los emprendedores sobre plataformas de internet, como ser, Facebook, Instagram, etc.

Dando lugar a definir que cualquier negocio puede ser empleado con estrategias de marketing, ayudando a que el emprendimiento se dé a conocer con un mayor porcentaje de público.

3.4 Deudas O Préstamos?

Un préstamo es una operación financiera por la cual una persona (prestamista) otorga, mediante un contrato o acuerdo entre las partes, un activo (normalmente una cantidad de dinero) a otra persona (prestatario), a cambio de la obtención de un interés (precio del dinero). (Pedrosa, 2019).

Es decir, que el préstamo puede llegar a ser una buena oportunidad para lanzar un nuevo negocio, pero si no se sabe administrar y controlar, puede llegar a ser un problema bastante grande.

“En el crédito, el banco le proporciona al cliente una cuenta, donde el cliente accederá a la cantidad de dinero que necesite y éste suele ir pagando el crédito

solicitado periódicamente, con los gastos e intereses añadidos por la entidad.”
(Conomipedia, 2019) Llega a sonar parecido, pero se puede comprobar que no lo son. Aun así, ambos pueden llevar a la ruina. Y esto se debe a que no sabemos que son las deudas, y aun peor, no sabemos ver las deudas desde una perspectiva de mente millonaria.

3.4.1 Las Deudas Según La Mente Millonaria.

Una palabra que da miedo para muchos, Deuda, se entiende que:

Es la obligación, que contrae quien pide algo, de reintegrar lo pedido con acuerdo a unas condiciones pactadas previamente. El que ha pedido es el deudor, el que ha entregado o prestado es el acreedor; lo entregado puede ser cualquier tipo de bien, tangible o intangible. (Enciclopedia Jurídica Online, 2020).

Para la mente pobre trata de matar o deshacerse de las deudas, porque no soportan la angustia y el miedo de tener en mente y que posiblemente les afecte económicamente las deudas. En cambio, para la mente millonaria, las deudas pueden resultar a ser de apalancamiento, es decir, que utilizan un porcentaje de ingreso de la deuda para invertirlo en un proyecto que les genere más ingresos, y con los mismos reducir los años de hipoteca o de meses con interés, dependiendo del caso. “La mente millonaria valora las deudas” (Mente Millonaria, s.f.).

CAPÍTULO IV
MARCO NORMATIVO O LEGAL.

CAPÍTULO IV. MARCO NORMATIVO O LEGAL.

4.1 Constitución Política Del Estado.

“Artículo 77. I. La educación constituye una función suprema y primera responsabilidad financiera del Estado, que tiene la obligación indeclinable de sostenerla, garantizarla y gestionarla.” (Constitución Política del Estado Plurinacional de Bolivia, 2009)

Asimismo, el proyecto estará en convenio con el Estado.

4.2 Ley 070 De La Educación “Avelino Siñani y Elizardo Pérez”

CAPÍTULO II SUBSISTEMA DE EDUCACIÓN ALTERNATIVA Y ESPECIAL.

Artículo 16. (Educación Alternativa y Especial).

1. Destinada a atender necesidades y expectativas educativas de personas, familias, comunidades y organizaciones que requieren dar continuidad a sus estudios o que precisan formación permanente en y para la vida.

2. Se desarrolla en el marco de los enfoques de la Educación Popular y Comunitaria, Educación Inclusiva y Educación a lo largo de la vida, priorizando a la población en situación de exclusión, marginación o discriminación. (Ley 070 de la educación, 2010).

Como lo nombra la ley, el proyecto tendrá el subsistema de educación alternativa y espacial.

4.3 Ley 947 De Micro Y Pequeñas Empresas.

CAPÍTULO I DISPOSICIONES GENERALES

ARTÍCULO 1. (OBJETO). La presente Ley tiene por objeto potenciar, fortalecer y desarrollar a las Micro y Pequeñas Empresas, estableciendo políticas de desarrollo, apoyo en la comercialización, procesos de registro e

incentivos al consumo y la promoción de bienes producidos por las Micro y Pequeñas Empresas, en el marco de la economía plural, priorizando estructuras asociativas, orientadas a mejorar la calidad de vida y el Vivir Bien. (Ley 947 de micro y pequeñas empresas, 2017).

ARTÍCULO 4. (CARACTERIZACIÓN DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS).

I. Las Micro y Pequeñas Empresas, se caracterizan por:

- a) Sustentarse en el uso intensivo de la fuerza de trabajo personal y familiar del titular. Accesoriamente y en función de la demanda, incorporan eventualmente fuerza de trabajo asalariada.
- b) Combinar la actividad económica basada en el conocimiento y experiencia práctica del titular de la unidad productiva y su capacidad de gestión.
- c) Baja aplicación de máquinas y herramientas de trabajo, con limitado acceso a mercados y al financiamiento.
- d) Producen principalmente para el mercado interno, predominantemente bienes salario o servicios a sus pares micros y pequeños productores y/o a la comunidad donde actúan.
- e) Dedicarse a la actividad de transformación, comercialización de sus productos manufacturados y/o servicios. (Ley 947 de micro y pequeñas empresas, 2017)

4.4 Reglamento General De Institutos Técnicos y Tecnológicos De Carácter Fiscal, Convenio Y Privado. (Anexo D.)

4.5 Guía Boliviana De Construcción De Edificaciones. (Anexo E.)

4.6 Guía Nacional De Accesibilidad De Las Personas Con Discapacidad Al Medio Físico. (Anexo F.)

CAPÍTULO V
MARCO REAL.

CAPÍTULO V. MARCO REAL.

5.1 Análisis De Modelos Reales.

5.1.1 ESADE Business School.

Se encuentra en Barcelona, inaugurada el 2009, emplazada en 46.600m² con espacios de enseñanza e interacción para el estudiante. Dicha institución cuenta con 3 áreas principales para la actividad académica las cuales son: 1. Formación, 2. Investigación, 3. Debate social.

Figura 5.

Fachada principal ESADE Business School.



Reconocida por su gran espíritu emprendedor que ofrece a sus estudiantes. Brindando la maestría en Innovación y emprendimiento, especialización en marketing, innovación, emprendimiento, negocio familiar, dirección en emprendimientos, y entre otras alternativas.

Cabe rescatar de este modelo, más que todo el sistema de educación, el cual durante sus años de funcionamiento a brindado frutos en distintos estudiantes además de conseguir nombramientos a nivel mundial como ser:

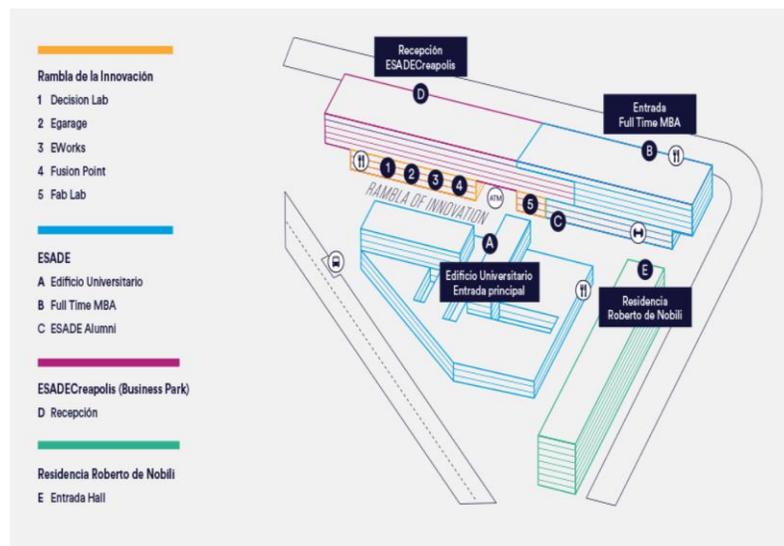
N°1 en MBA para mujeres de Europa según el Financial Times, N°4 Mejor Masters of Science (Máster CEMS - ESADE) del mundo, según el Financial Times, N°8 Mejor escuela de negocios de Europa, según el Financial Times, y

N°9 Mejor MSc in International Management del mundo, según el Financial Times. (ESADE, 2019)

Dicho sistema emplea la enseñanza y relaciona directamente con el negocio del estudiante.

Figura 6.

Distribución de ambientes.



Su concepto morfológico brinda espacios internos aprovechables para la interacción entre estudiantes y para la circulación directa hacia los distintos bloques.

Cabe resaltar que cuenta con un estacionamiento de transporte público que se conecta directamente con el establecimiento.

Se considera que el estilo utilizado en esta obra no lograría armonizar con el estilo colonial predominante en Tarija, ante esto se tomará en cuenta, de este modelo, únicamente el sistema de educación y distribución de ambientes.

5.1.2 Escuela Europea De Negocios.

Cuenta con sucursales en Santa Cruz, Cochabamba y La Paz. Dicho establecimiento “está a la vanguardia de la investigación de las necesidades que demanda el mercado, lo cual le posibilita ofertar diferentes programas para que

nuestros alumnos consigan las destrezas y habilidades necesarias para adaptarse al mercado laboral con éxito.” (Negocios, 2018).

Figura 7.

Escuela Europea de negocios La Paz – Bolivia.



El mismo cuenta con los siguientes programas:

- Programa de Emprendedores.
- Programa en comercio y relaciones internacionales.
- Programa en Exportaciones.
- Programa en dirección y administración de empresas.
- Programa en Innovación Empresarial.
- Programa en Recursos Humanos.
- Programa en Finanzas Corporativas.
- Programa en Marketing y Ventas
- Programa en Comunicación y Marketing.

Y dichos programas son convalidados en el Reino de España con el título Master.

Estas sucursales presentan una gran oportunidad para el estudiante. Se toma en cuenta dichos programas que serían la base para el estudio del Agromarketing que llegue a brindar el proyecto.

Figura 8.

Escuela Europea de negocios Santa Cruz – Bolivia.



Morfológicamente las sucursales son de estilo minimalista, sin muchos detalles y únicamente la sucursal de La Paz presenta más de dos plantas, siendo imponente en su verticalidad y presenta la modulación y repetición de ventanas de marco blanco en todas las plantas del edificio. En cambio, la sucursal de Cochabamba sólo presenta dos plantas y un puro y lizo color blanco hueso en la mayoría de la edificación, presenta también detalles en tonos plomos y sobresale el letrero de color azul, jerarquizando el ingreso principal.

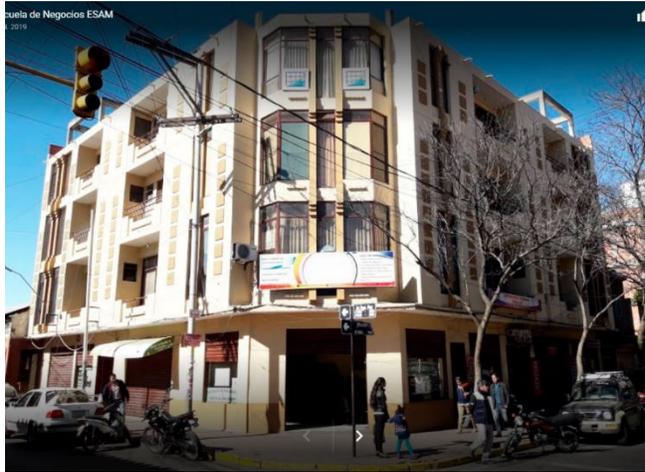
5.1.3 Esam. Escuela Superior De Administración, Marketing Y Negocios.

“Somos una empresa con un enfoque novedoso en consultorías y servicios educativos, líderes en procesos de aprendizaje en negocios, informática y empresarial” (ESAM) llegaría a ser la única escuela de negocios en Tarija. Se encuentra establecida en un edificio en pleno centro de la ciudad, calle Colón esquina Domingo Paz, las inscripciones son personales, no se pueden realizar vía internet, y cuenta con un reducido número de capacitaciones, diplomados y demás, que harían

falta para apoyar y capacitar al emprendedor. Cabe rescatar que sus capacitaciones son teóricas y prácticas, brindando mayor comprensión a los estudiantes.

Figura 9.

ESAM Tarija – Bolivia.



En el edificio que se encuentra ESAM, presenta en la planta baja varios espacios para el alquiler donde encontramos, peluquería, cafetería, etc. Es decir, que ESAM alquila el espacio que abarca y comparte con otros negocios la ubicación.

Luego en las siguientes plantas mantienen un lenguaje, donde genera la repetición y modulación, tanto en ventanas como en valcones, cuenta con detalles rectangulares de tonos café a crema, brindando un realce a su verticalidad. Esta emplazado en la esquina de la Colón y Domingo Paz, y es generoso debido a que brinda el espacio de ochave reglamentario.

5.2 Análisis Urbano.

Considerando que San Lorenzo cuenta con la mayor cantidad de UPAs, se determina conveniente emplazar en dicha zona la Central de la red. De tal manera, las sucursales presentarán un enfoque especializado a la actividad principal de la zona donde se emplace, como puede ser: Agronomía, productos lácteos, bebidas, servicios, etc., que serán definidos por la encuesta realizada, que posteriormente se presentará los resultados.

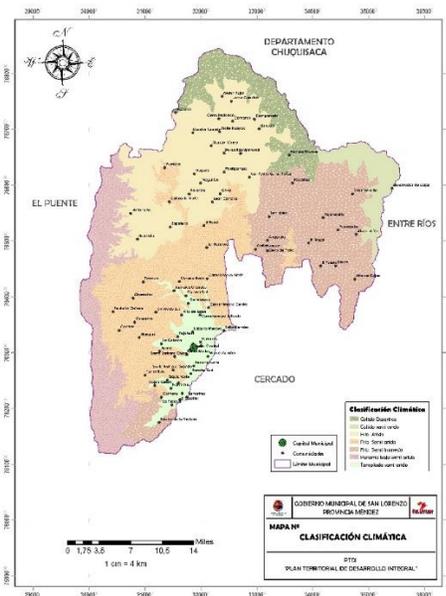
5.2.1 Aspectos Físico Naturales.

5.2.1.1 Clima.

“El Municipio San Lorenzo cuenta con cinco estaciones meteorológicas, consiste en dos estaciones climáticas, una pluviométricas y tres con variables (temperatura y precipitación)” (Plan Territorial de Desarrollo Integral 2016 -2020) Es decir que cuenta con distintos climas, como ser: Cálido desértico, cálido semi árido, frío árido, etc.

Figura 10.

Clasificación Climática.



5.2.1.2 Vientos.

Tabla 2

Clasificación de vientos en el Municipio de San Lorenzo.

CUADRO ESTACIÓN DE SAN LORENZO Y ALEDAÑAS; CLASIFICACIÓN DE VIENTOS SEGÚN BEAUFORT

Municipio	Estación	Velocidad del viento (Km/hr)	Clasificación	Denominación
El Puente	Campanario	13,6	3	Viento Flojo o pequeña brisa
Cercado	Sella Quebradas	5,2	1	Ventolina o brisa muy ligera
San Lorenzo	Coimita	4,2	1	Ventolina o brisa muy ligera
San Lorenzo	Canasmoro	3,7	1	Ventolina o brisa muy ligera

Fuente: PDM SAN LORENZO 2013

Como se puede observar en la tabla anterior, los vientos del municipio de San Lorenzo no son caracterizados como vientos fuertes, son ligeros y/o pequeñas brisas, dando esto un punto a favor tanto en la agricultura como en la construcción.

5.2.1.3 Precipitación Pluvial.

Según el (SENAMHI, 2017) realizó un análisis relacionado con el cultivo de papa, en el cual nos muestra la siguiente tabla relacionada con la precipitación pluvial de San Lorenzo:

Tabla 3.

Precipitación Pluvial en el Municipio de San Lorenzo

Inicio de Estación de Lluvias	a =	13-feb
Inicio de Periodo Húmedo	b1 =	No Definido
Terminación de Periodo Húmedo	b2 =	No Definido
Terminación de Estación de Lluvias	c =	15-feb
Terminación de Estación de Crecimiento	d =	14-mar
Duración de la Estación de Crecimiento		29 días

Fuente: Elaborado con datos del SENAMHI, utilizando el software SISMET.

Del mismo modo nos determina el (SENAMHI, 2017) los distintos índices referentes con la precipitación pluvial en San Lorenzo.

Tabla 4.

Índices de precipitación pluvial del Municipio de San Lorenzo.

Precipitación Normal	232.2	mm
Evapotranspiración Potencial	1561.0	mm
Evapotranspiración Real	232.2	mm
Déficit	1328.8	mm
Exceso	0.0	mm
Índice Hídrico	-51.1	
Condición Climática	E	
Índice de Humedad	0.1	
Condición de Humedad	HMD	
Capacidad de retención del suelo	100.0	mm

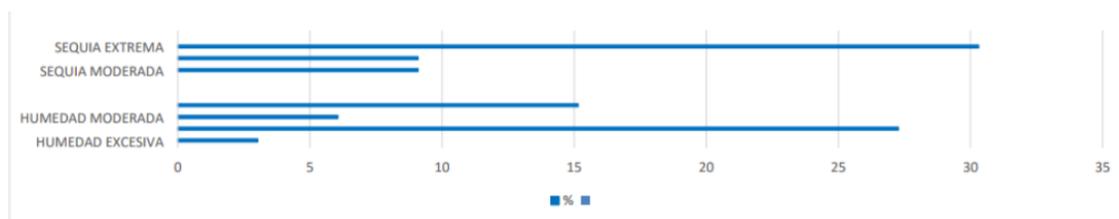
Fuente: Elaborado con datos del SENAMHI, utilizando el software SISMET.

5.2.1.4 Humedad.

Para el SENAMHI, San lorenzo pertenece a la provincia El Puento, de tal manera realiza su análisis respectivo a la humedad.

Tabla 5.

Análisis de variación interanual de precipitación de la estación meteorológica de El Puento.



Fuente: Elaborado con datos del SENAMHI, utilizando el software SISMET.

Dando a conocer que el porcentaje de: Sequia extrema = 30 – 9%, Sequía Moderada = 9%, Humedad Moderada = 15 – 6%, Humedad Excesiva = 28 – 3%.

5.2.1.5 Temperatura.

Nos muestra el SENAMHI que de enero a marzo se presentan las temperaturas diurnas más altas, en junio y julio las temperaturas nocturnas más bajas, y entre otros datos de la siguiente tabla:

Tabla 6.

Índices Agro meteorológicos.

TABLA 148 ÍNDICES AGROMETEOROLÓGICOS

ÍNDICES AGROMETEOROLÓGICOS	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	ANUAL
TEMPERATURA DIURNA (°C)	21,3	22,3	24,2	25,8	25,8	25,8	26,0	26,1	26,5	25,8	23,5	21,9	24,6
TEMPERATURA NOCTURNA (°C)	4,5	7,3	10,8	15,4	17,8	18,8	18,6	17,9	17,5	14,6	7,5	4,1	12,9
UNIDADES CALOR, BASE: 7 °C	182,9	241,8	315,0	421,6	444,0	474,3	474,3	420,0	465,0	396,0	263,5	180,0	4278,4
UNIDADES FOTOTERMICAS, BASE: 7 °C	197,5	273,2	371,7	522,8	577,2	630,8	621,3	533,4	562,7	455,4	289,9	192,6	5228,5
HORAS FRIO (Hrs.)	117,2	63,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	43,0	114,3	337,6
RADIACION SOLAR (Cal/Cm2/dia)													
EVAPOTRANSPIRACION POTENCIAL (mm)	76,4	90,2	117,3	147,4	157,4	173,5	161,3	136,1	139,2	110,8	87,0	70,2	1466,8

Fuente: Elaborado con datos del SENAMHI, utilizando el software SISMET.

5.2.2 Población.

Se determina que la principal actividad económica de San Lorenzo “es la agricultura, con cultivos de papa, maíz, trigo, arveja, hortalizas y frutales.” (Wikipedia, 2020) que en los últimos años San Lorenzo fue caracterizado por ser la zona con un gran potencial productor.

Tabla 7.

Población según los distritos del Municipio de San Lorenzo.

Distrito	Descripción	Población Empadronada	Hombres	Mujeres	Viviendas	Total población
I San Lorenzo (3 Barrios y 4 Comunidades)	Barrio Central	3401	1653	1748	1053	4639
	Barrio la Banda					
	Barrio Oscar Alfaro					
	San Pedro					
	Bordo Mollar	667	323	344	201	
	Tarija Cancha Norte	295	151	144	119	
	Tarija Cancha Sud	276	137	139	80	
II Tomatitas (10 comunidades)	Coimata	698	364	334	245	5530
	El Cadillar	230	123	107	64	
	El Ceibal	158	79	79	44	
	Erquis Norte	390	190	200	123	
	Erquis Oropeza	322	147	175	128	
	Erquis Sud	465	236	229	164	
	La Victoria	899	469	430	283	
	Rincón de la Victoria	216	99	117	90	
	Loma de Tomatitas	450	213	237	119	
	Tomatitas	1702	837	865	470	
	III Santa Bárbara (5 comunidades)	Rancho Norte	1123	551	572	
Rancho Sud		432	222	210	133	
Santa Bárbara Chica		211	97	114	73	
Santa Bárbara Grande		391	187	204	104	
Tucumilla		196	91	105	71	
IV Choroma (7comunidades)	Choroma	98	50	48	28	1284
	Cochas	36	20	16	13	
	Falda la Quiñua	90	41	49	30	
	La Calama	711	371	340	200	
	Marquiri	95	42	53	26	
	Pajchani	104	46	58	36	
	Tres Morros	60	29	31	22	
	Jurina	90	52	38	29	
V Eustaquio Méndez (14 comunidades)	Canasmoro	1156	568	588	274	4017
	Carachimayo Norte	12	4	8	3	
	Bordo Guadalquivir	186	86	100	79	
	Carachimayo Centro	528	251	277	214	
	Chamata	52	21	31	21	
	Colorado Sud	36	20	16	18	
	Corana Norte	69	32	37	24	
	Corana Sud	226	106	120	83	
	Huacata	158	80	78	91	
	La Hondura	74	39	35	36	
Tomatas Grande	657	328	329	305		
	Lajas la Merced	580	275	305	323	
	Alto Lajas	99	48	51	28	
	Trancas	184	77	107	89	
VI Sella (6 comunidades)	Alaypata	58	23	35	19	1151
	Cañahuayco	68	37	31	23	
	Cerro de Plata	37	23	14	25	
	El Barranco	59	27	32	25	
	Monte Méndez	398	193	205	143	
	Sella Méndez	531	254	277	164	

VII El Rosal (11 comunidades)	Colorado Norte	169	83	86	62	1606
	Criva	152	77	75	36	
	El Rosal	215	102	113	71	
	Huancoiro	172	75	97	70	
	León Cancha	316	164	152	73	
	Nogalitos	34	14	20	13	
	Noques	142	73	69	39	
	Palacios	99	49	50	36	
	San Isidro*	125	72	53	35	
	Yumasa	65	28	37	27	
	Zapatera	117	61	56	50	
VIII Pantipampa (9 comunidades)	Acheral	42	23	19	20	977
	Alpahuasi	99	51	48	37	
	Hoyadas	153	75	78	50	
	Mandor Chico	79	40	39	23	
	Mandor Grande	78	33	45	17	
	Pampa Grande	220	111	109	71	
	Pantipampa	93	48	45	31	
	Quirusillas	90	39	51	26	
	San Pedro de Las Peñas	123	53	70	59	
IX Jarca Cancha (7 comunidades)	Camarón	104	50	54	48	814
	Valles de Campanario	83	42	41	30	
	Cerro Redondo	140	74	66	50	
	Jarca Cancha	198	115	83	60	
	Lluscani	73	37	36	22	
	Melon Pujio	173	80	93	52	
	Mollehuayco	43	16	27	24	
X. Alto de Cajas (9 comunidades)	Alizar La Torre	53	30	23	15	893
	Alto de Cajas	79	32	47	60	
	El Nogal	54	29	25	18	
	El Puesto	164	74	90	48	
	Jarcas	119	48	71	51	
	Pajonalcito	149	72	77	43	
	Peñadería	93	51	42	38	
	Quebrada de Cajas	8	3	5	5	
San Lorencito	174	87	87	55		
TOTAL MUNICIPIO		23.863	11.729	12.134	7715	23.863

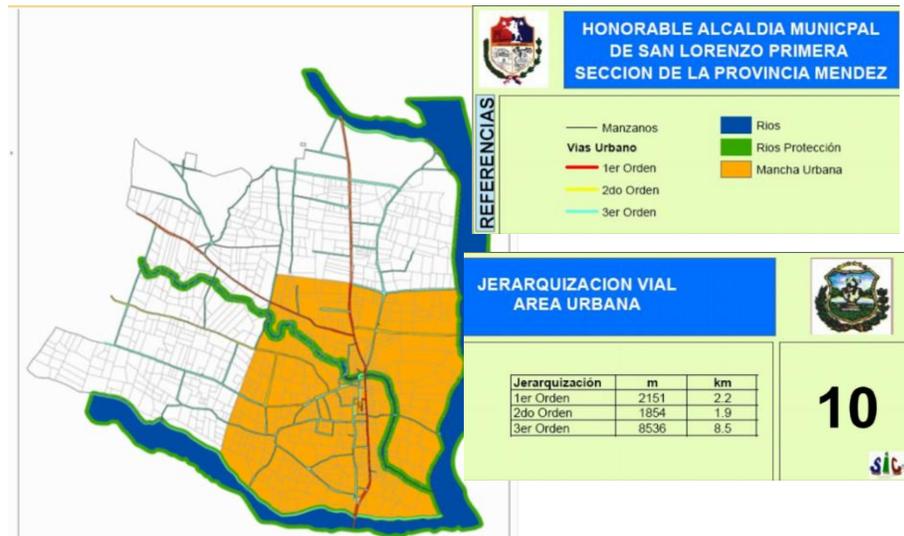
Nota. Recuperado del Trabajo Dirigido por Condori Mamani Mary Isabel, La Paz – Bolivia, 2019.

Se determina que en el Municipio de San Lorenzo cuenta con una población de 23.863 hab. Donde “el 48% de esta población se dedica a la agricultura” (Isabel, 2019), y los demás realizan otro tipo de actividad económica. Ante dicha tabla se define que el distrito 1 cuenta con la segunda mayor cantidad de población del municipio, además de contar con mayor espacio para futuras producciones. Entonces se define que se realizará el siguiente diagnóstico urbano al distrito 1 para el emplazamiento del centro para emprendimientos.

5.2.3 Estructura Urbana.

Figura 11.

Jerarquización vial de San Lorenzo.



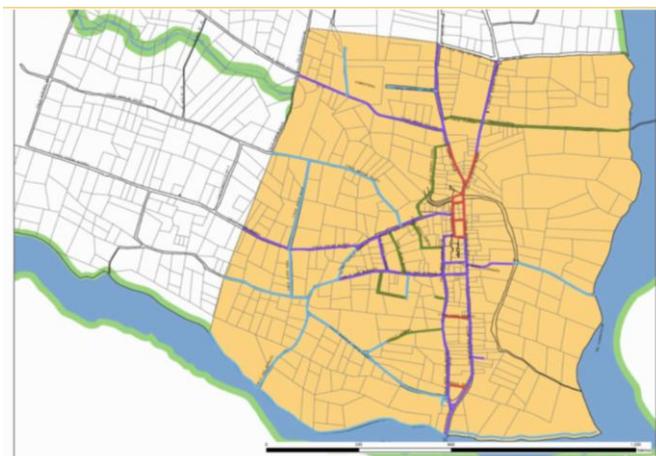
Nota. Recabado (Diagnóstico Urbano, 2019)

Se determina que la estructura urbana de San Lorenzo es irregular, y cuenta con 2 ejes principales (de color rojo), es decir, dos vías que fueron las primeras existentes, que guiaron al crecimiento de la mancha urbana de forma lineal pero es notable que con el paso del tiempo la estructura fue cambiando hacia una irregular. Pero se presentan nuevas vías que nacen de dichos ejes generando que los mismos se mimeticen, es decir, que rompen la jerarquía.

Figura 12.

Tipo de vías en el radio urbano de San Lorenzo.



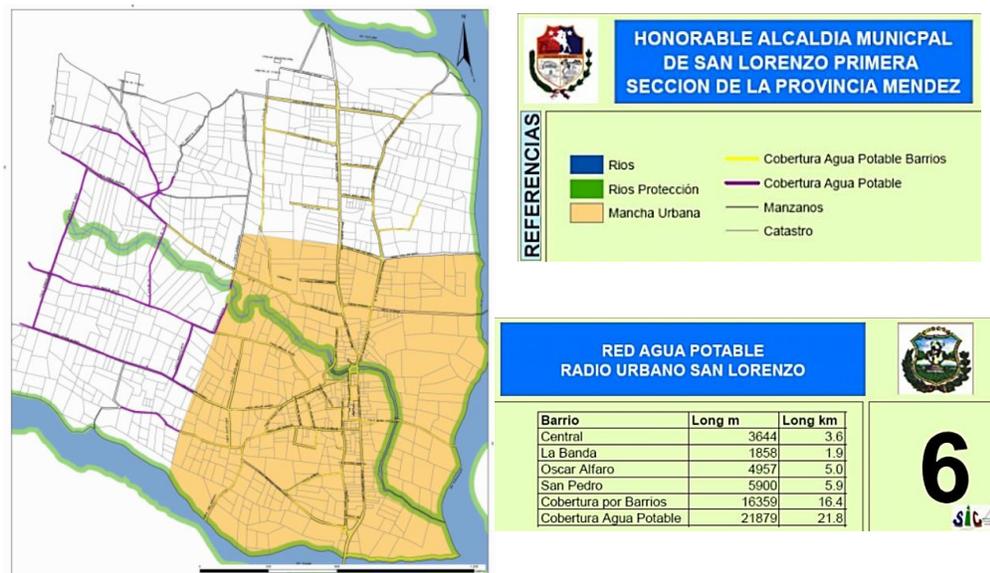


Nota: Extraído de (Municipio de San Lorenzo, 2019)

5.2.4 Infraestructura.

Figura 13.

Red de agua potable de San Lorenzo.



Nota. Recabado de (Diagnóstico Urbano, 2019)

La red de agua potable de San Lorenzo abastece a un 80%, tanto para viviendas como para zonas de producción.

Figura 14.

Red de alcantarillado de San Lorenzo.



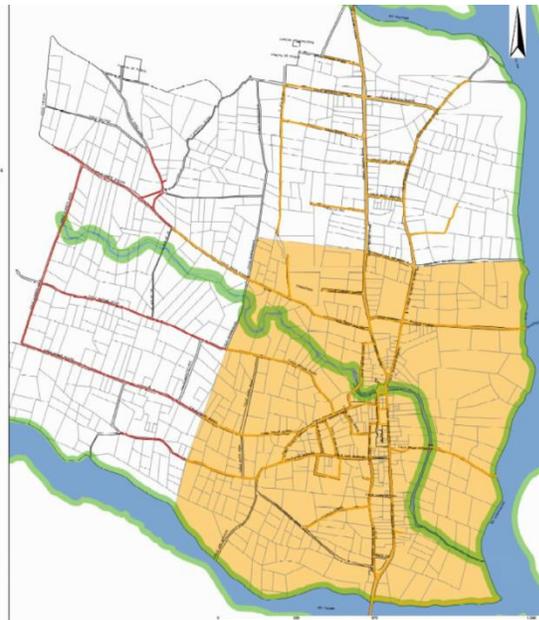
Nota. Recabado de (Diagnóstico Urbano, 2019).

Al igual que la red de agua potable, la red de alcantarillado cubre un 80% asimismo, limitándose en las periferias.

Figura 15.

Alumbrado público de San Lorenzo.





Nota. Extraído de (Municipio de San Lorenzo, 2019).

Como se puede observar, el alumbrado público abarca a un 73% que es la zona central y sus barrios colindantes.

Figura 16.

Red de gas de San Lorenzo.



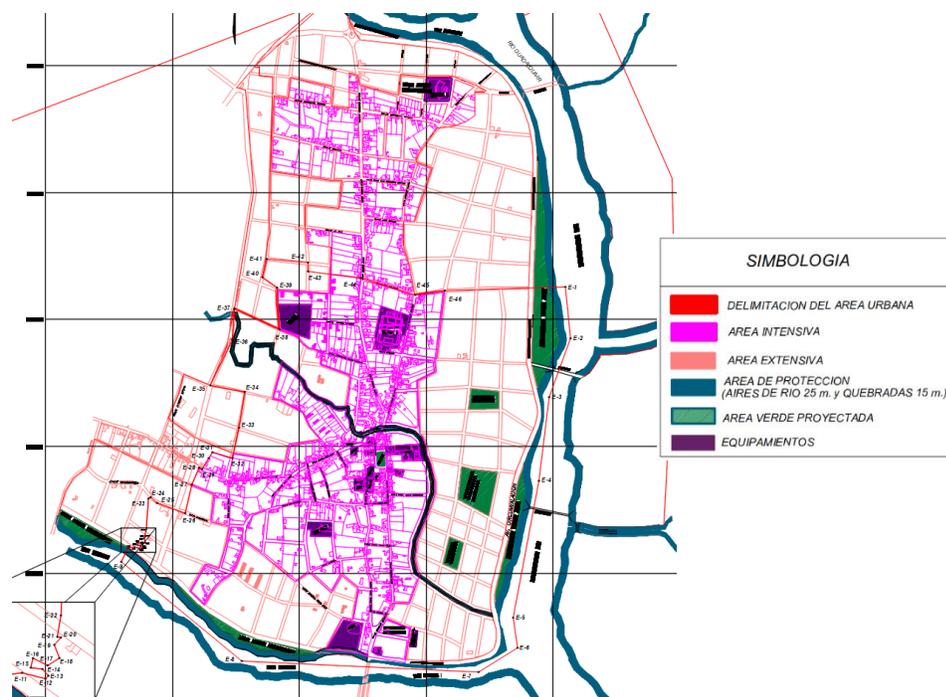
Nota. Recabado de (Municipio de San Lorenzo)

Se determina que la red de gas en San Lorenzo cubre un 65% de las viviendas. Asimismo, se debe implementar un plan para la expansión de las redes de servicios básicos con el objetivo de abarcar a todas las viviendas existentes y para las futuras.

5.2.5 Equipamiento Urbano

Figura 17.

Equipamientos urbanos existentes.



Nota. Elaboración propia.

5.2.6 Imagen Urbana.

La imagen urbana de San Lorenzo se caracteriza principalmente por permitir a las personas realizar un viaje en el tiempo, es decir, las fachadas de sus edificaciones se componen por una armonía, un ritmo y su homogeneidad brinda ese ingreso al viaje, debido a que se crea una vista amplia y profunda de un mismo estilo en las fachadas. Las mismas son homogéneas en materiales, formas, alturas, entradas, ventanas, arcos, etc.

Figura 18.

Fachadas San Lorenzo – Tarija.



De tal manera, que estas fachadas ofrecen un atractivo turístico, que apoya en un porcentaje a la economía del municipio, pero en sí aporta a una economía circular, debido a que estos visitantes consumen los productos locales, generando así mayores ingresos.

Actualmente, se puede observar en la mayoría de las fachadas este estilo característico, pero puede existir el desequilibrio, es decir, existen asentamientos tanto legales como ilegales, de los cuales pueden llegar a romper esta armonía de fachadas con el futuro, en el caso que no se mantenga el control respectivo.

Figura 19.

Desequilibrio en fachadas.



Se forma una estructura visual ante estas fachadas, la cual estaría compuesta por características formales como ser: continuidad, repetición de elementos, simplicidad de la forma, texturas lisas, color uniforme, techos de teja, y entre otros.

También presenta jerarquía debido a que cuenta con una plaza central, colinda la iglesia, la alcaldía y de este centro articula las viviendas, y presenta la relación espacios – edificaciones la escala y proporciones similares generando así la homogeneidad y armonía. Todas estas características le brindan una identidad propia al municipio de San Lorenzo.

5.2.7 Conclusiones.

San Lorenzo es un municipio con gran potencial, no sólo productivo, sino también urbano, con la ejecución de una planificación urbana se lograría impulsar la producción, el turismo, la cultura y entre muchos. Actualmente se encuentra en desarrollo, pero los entes institucionales correspondientes ya se encuentran trabajando en un plan de desarrollo.

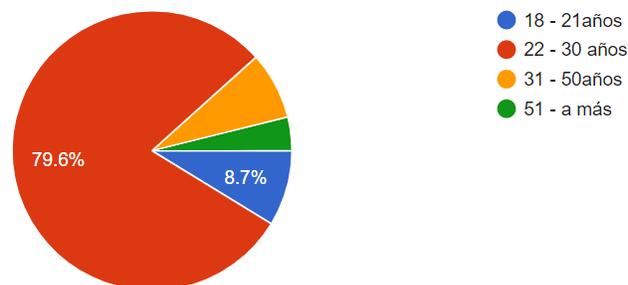
Por el momento cuenta con los equipamientos necesarios, las redes de servicios brindan a la mayoría de las viviendas, cuenta con una estructura urbana favorable para la población actual, pero todos estos aspectos a futuro no lograrán abastecer al crecimiento poblacional, por este motivo es necesario un plan urbano.

5.2.8 Variables A Considerar.

Considerando que no se cuenta actualmente con un registro estadístico que especifique la cantidad de personas emprendedoras en Tarija, se realizó una encuesta a 103 personas de distintas comunidades del Valle Central. Donde obtenemos los datos siguientes:

Figura 20.

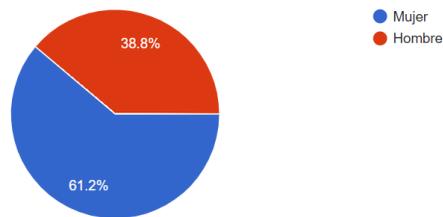
Edad del encuestado.



Nota: Donde el 79.6% rojo son 82 personas, el 8.7% azul son 9 personas, el 7.8% amarillo son 8 personas y el 3.9% son 4 personas.

Figura 21.

Sexo del encuestado.



Nota: Donde el 61.2% azul son 63 mujeres y el 38.8% rojo son 40 hombres.

Figura 22.

La comunidad donde habitan los encuestados.



Nota: El 82.5% son 85 personas que habitan en Tarija Ciudad, y el 17.5% son 18 personas de las distintas comunidades.

Figura 23.

Actividad económica de la comunidad de donde habita el encuestado.



Nota: Representa el 67.6% el comercio en general, la agricultura el 12.8%, Ganadería el 3.9%, y Viticultura el 4.9% y 10.8% otras ramas como ser: turismo, repostería, diseño, lácteos, etc.

Rescatando estos datos de actividad económica, se podrá definir el enfoque de cada sucursal dependiendo de la comunidad donde sea emplazada.

Figura 24.

¿Eres emprendedor?



Se consideraría que en realidad el 49.5%, 18.4% y 22.3% son las personas que tienen alma de emprendedor que notablemente está surgiendo en Tarija.

Figura 25.

¿De dónde obtienes información respectiva al emprendedurismo?

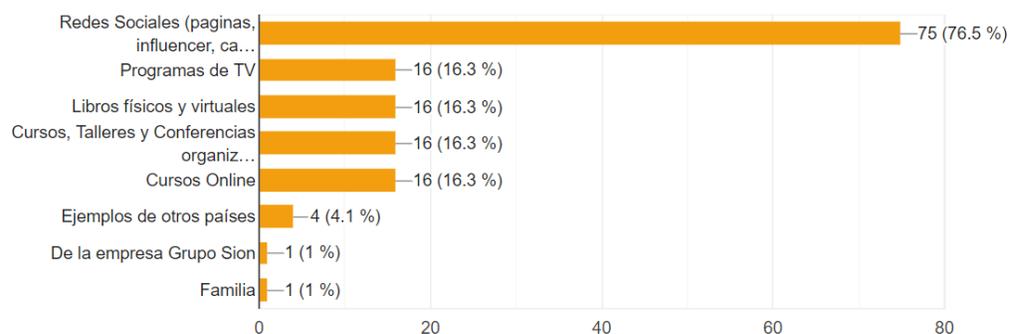
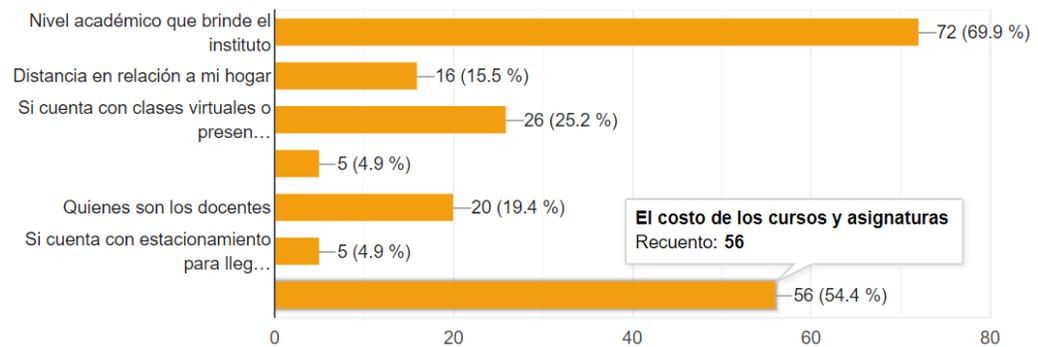


Figura 26.

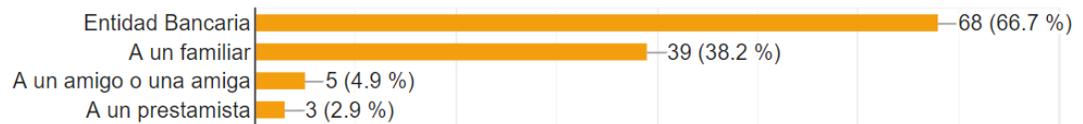
Si quisieras inscribirte a un instituto o escuela de negocios, ¿qué criterios de los siguientes tomarías en cuenta?



Nota: El diseño arquitectónico del instituto representa el 4.9% con 5 personas.

Figura 27.

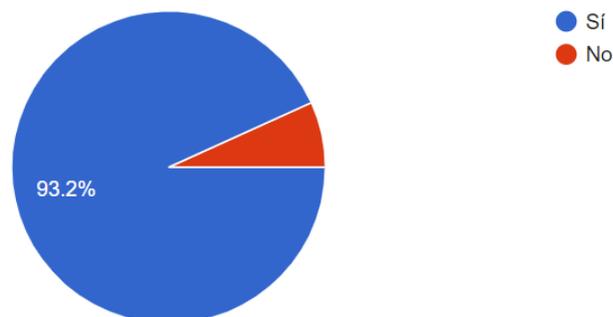
Si necesitarías un préstamo, ¿a quién se lo solicitarías?



Nota: Opción Múltiple, total de 115 respuestas

Figura 28.

Si se organizara, pasada la pandemia, una feria de emprendimientos locales y/o artesanales, donde los emprendedores puedan explicarte y venderte sus productos o servicios, ¿te gustaría asistir?



En base a esta encuesta realizada, se determina que cada 100 personas el 90.3% tienen alma emprendedora y el 40.7% está empezando o tiene un emprendimiento. Entonces bajo estos porcentajes se determinará el radio de

influencia de cada sucursal, considerando la población de la comunidad donde será emplazada las sucursales y la central.

Tabla 8.

Normas – Equipamiento Educación.

8.3. EQUIPAMIENTO EDUCACIÓN – NORMAS									
A) TIPO DE EQUIPAMIENTO	B) FRECUENCIA DE USO	C) ESPACIO		D) CAPACIDAD ÓPTIMA POR ESTABLECIMIENTO	E) RADIO DE INFLUENCIA	F) LOCALI- ZACIÓN	G) SUPERFICIE DE SUELO POR VIVIENDA	H) UMBRAL DE IMPLANTACIÓN	Obs.
		POR CIENTO DE POBLACIÓN	ÁREA CONSTRUIDA M ² /USUARIO	ÁREA TRIBUTARIA M ² /USUARIO	(PERSONAS)		(METROS)	(M ²)	
Guardería	5,0	6	4,0	100	200	U.V.	2,00	300	
Jardín Infantes	9,0	3	1,2	60	400	U.V.	189,00	300	
Escuela Básica	15,0	3	4,0	1.000	800	U.V.	5,25	300	
Col. Intermedio	10,0	5	4,0	1.000	1.200	U.D.	4,50	1.000	
Col. Medio	5,0	8	4,0	1.000	1.600	U.D.	3,00	1.500	
Inst. Comerciales	2,0	15	4,0	400	2.500	S.M.	19,00	8.500	
Escuelas Técnicas	0,6	20	10,0	1.000	2.500	S.M.	0,30	28.000	
Universidades	Variable	35	15,0	Variable	Intermedio	M.	—	75.000	

Escaneado con CamScanner

Nota: Recuperado del Libro Equipamiento Urbano de Jorge Saravia Valle.

Tomando en cuenta de la Tabla 8, se extrae una variable base del radio de influencia de 2.500m, debido a que las cuadras presentan un promedio de 80ML se divide los 2.500m con los 80ML, dando un parámetro de 31 cuadras para el radio de influencia.

CAPÍTULO VI
INTRODUCCIÓN AL PROCESO DE DISEÑO.

CAPÍTULO VI. INTRODUCCIÓN AL PROCESO DE DISEÑO.

6.1 Alternativa De Emplazamiento.

Figura 29.

Alternativa de emplazamiento.

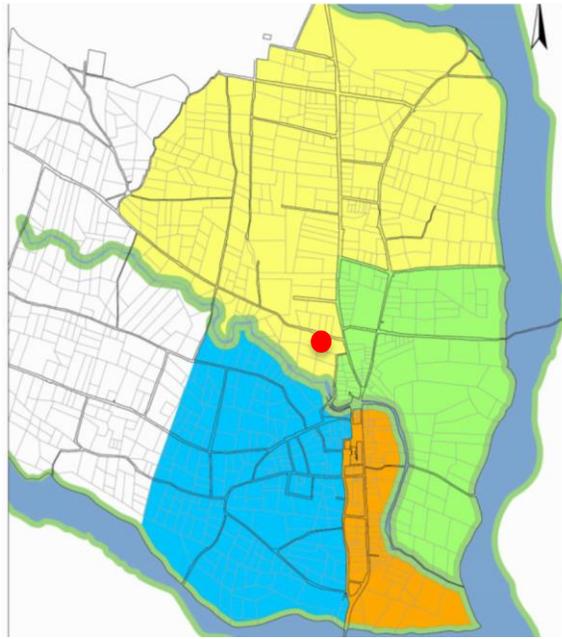


Se considera esta alternativa debido a que se encuentra en el Barrio San Pedro, donde se presenta mayor cantidad de población en relación a los otros barrios, aún así, se encuentra colindante al barrio La Banda y al barrio Óscar Alfaro, es decir, que se encuentra en un punto estratégico entre dichos barrios, igualmente no se encuentra lejano al barrio Central de San Lorenzo.

Figura 30

Ubicación de la alternativa y barrios de San Lorenzo.





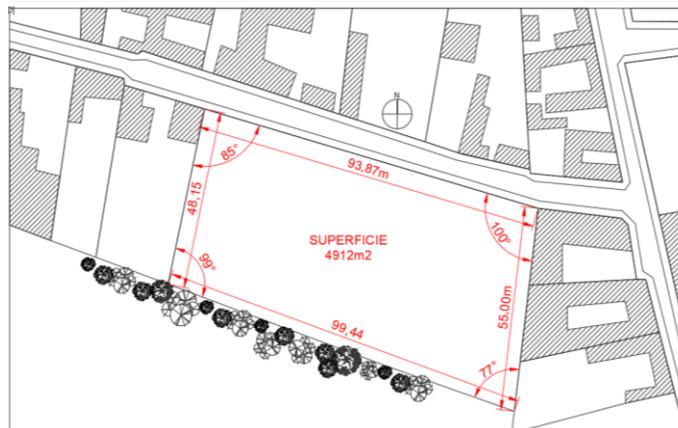
Nota. Recabado de (Municipio de San Lorenzo, 2019).

6.2 Análisis Del Sitio.

6.2.1 Delimitación Del Sitio.

Figura 31.

Dimensiones del lote.



Nota. Elaboración propia.

El lote de emplazamiento se encuentra sobre la calle Libertador Simón Bolívar entre la calle Gabriel Lunda y una calle Sin Nombre, una ubicación cercana a

la plaza central de San Lorenzo y al Estadium. Cuenta con una superficie de 2982m² y es un lote levemente rectangular, con ángulos distintos en sus esquinas.

6.2.2 Aspectos Biofísicos.

Figura 32.

Vegetación cercana al lote.

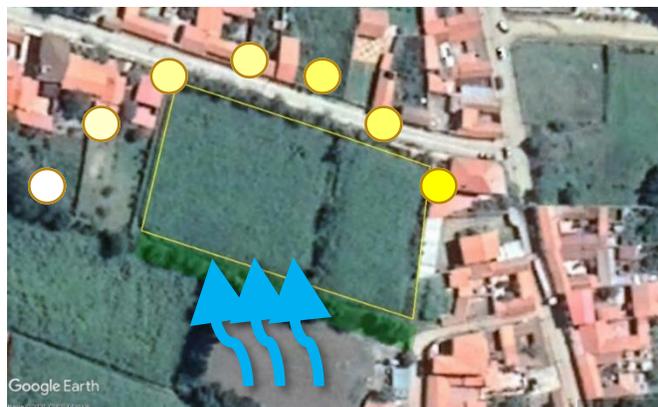


Nota. Elaboración propia.

Tomando en cuenta que existe esta barrera de árboles, se pretende conservar la vegetación existente para no alterar el medio natural del emplazamiento. Que al mismo tiempo puede favorecer en respecto a los vientos fuertes y soleamiento.

Figura 33.

Vientos y soleamiento del lote.



Nota. Elaboración propia.

6.2.3 Aspectos Políticos – Sociales.

Figura 34.

Vecinos.



Nota. Elaboración propia.

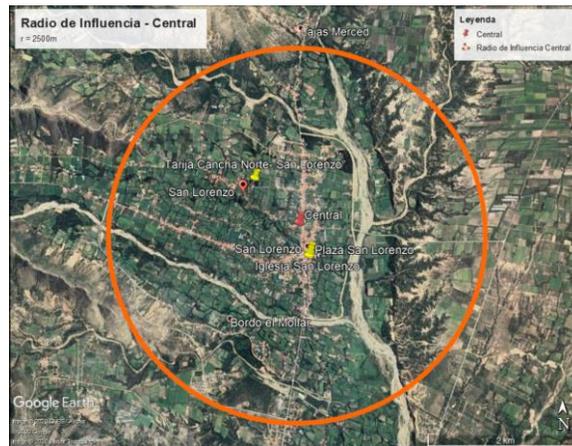
En primer lugar, el lote se encuentra en proceso de adquisición de parte de la alcaldía, es decir, que se encuentra en tramitación, y se eligió este lote debido a que los lotes actuales según el PMOT y el POU, elaborado por el Municipio de San Lorenzo, ya fueron utilizados para otros proyectos. De tal manera se puede observar que el lote solamente colinda el lado oeste con una vivienda, y el resto de lados colinda con lotes ya sea baldíos o de producción, en la acera de enfrente existen viviendas, zonas de producción a pequeña escala, y entre otros.

Se puede determinar que el equipamiento a las viviendas y viceversa no generarán problemas de convivencia, debido a que el único momento en que el equipamiento emita un volumen levemente molesto, sería en la ejecución de ferias, pero las mismas serán elaboradas en horarios de oficina para evitar futuros problemas.

6.2.4 Radio De Influencia.

Figura 35.

Radio de Influencia de la Central de la Red de centros de emprendimientos.



Nota. Elaboración Propia. Según el Libro Equipamiento Urbano de Jorge Saravia Valle.

El radio de influencia de la central presenta 25000m que abarca todo el distrito 1 de San Lorenzo, y multiplicando de los 4639 hab. Del distrito 1 por el 0,6 de frecuencia de uso dando un resultado de 2783 hab. Y considerando que de estos habitantes el 40, 7% tienen el alma emprendedora, llegamos a un total de 1.132 usuarios para la Central de la Red de centros de emprendimientos. Este mismo procedimiento se presentará en la Propuesta de Emplazamientos de Sucursales.

6.2.5 Propuesta De Emplazamientos De Sucursales.

Figura 36.

Sucursal 1 – Leyes del Dinero.

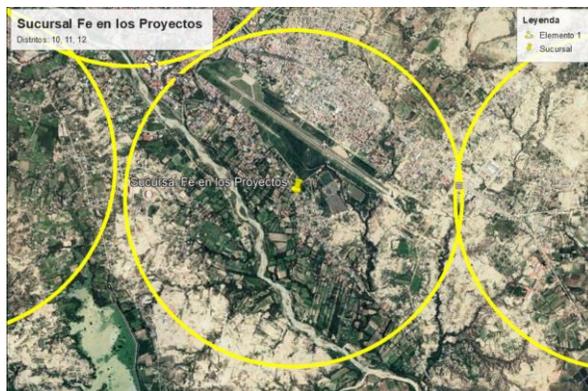


Nota. Elaboración Propia.

La Sucursal Leyes del Dinero abarca las comunidades de Tomatitas, La Victoria, el Rincón de la Victoria, Coimata, Los Erquis y Rancho Sud. Respetando el radio de influencia de 2500m y con un rango de usuarios de 1.000 a 1.500 usuarios. Estará enfocada en la actividad de la Agricultura debido a que la misma según la encuesta es la principal actividad económica.

Figura 37.

Sucursal 2 - Fe en los Proyectos.



Nota. Elaboración Propia.

En esta sucursal se presenta los 2500m de radio de influencia, el mismo rango de usuarios y abarca a los distritos 10, 11, 12. Estará especializada en el área de la Agricultura.

Figura 38.

Sucursal 3 – El Mentor.

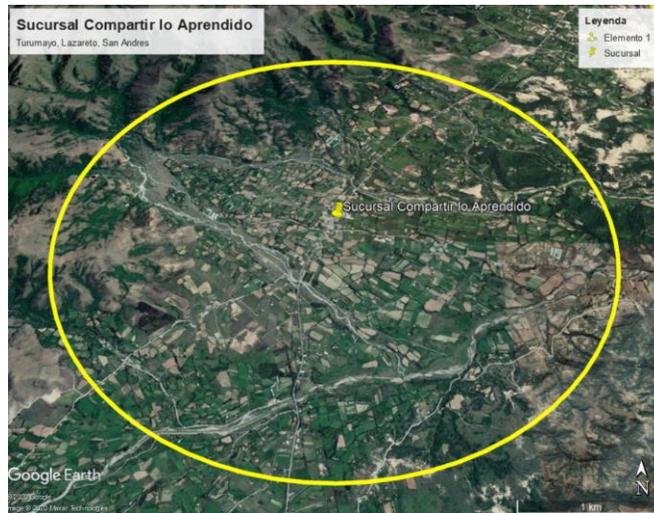


Nota: Elaboración Propia.

Dicha sucursal abarcará San Jacinto, Turumayo y el distrito 13. Igualmente, con un radio de influencia de 2500m y estará enfocado en la actividad Agrícola.

Figura 39.

Sucursal 4 – Compartir lo Aprendido.

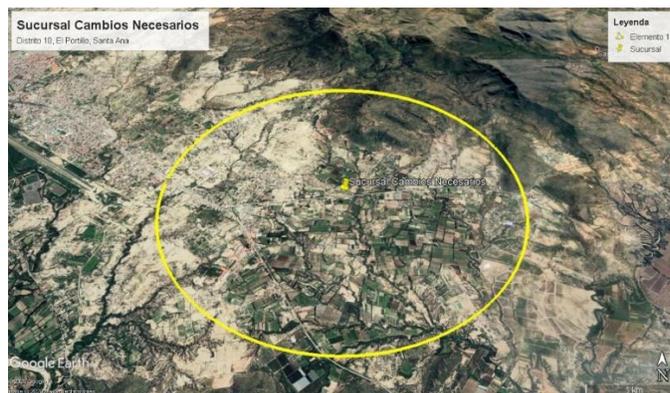


Nota. Elaboración Propia.

La sucursal Compartir lo Aprendido abarcará a parte de Turumayo, Lazareto y San Andrés, dentro de los 2500m de radio de influencia. Y estará especializado a la Agronomía y Ganadería.

Figura 40.

Sucursal 5 – Cambios Necesarios.

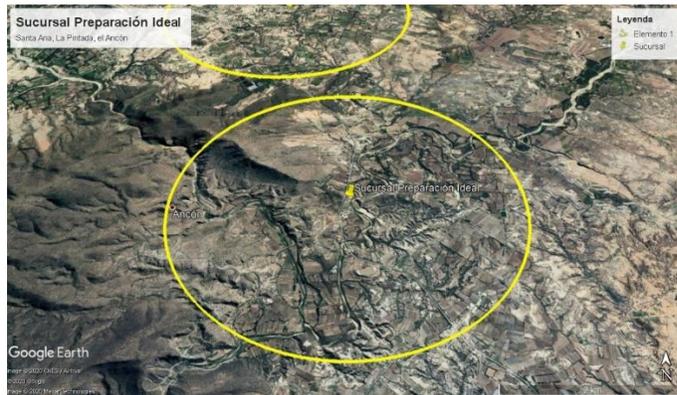


Nota: Elaboración Propia.

En esta sucursal se presenta los 2500m de radio de influencia, el mismo rango de usuarios y abarca a el distrito 10, el Portillo, y Santa Ana. Estará especializada en el área de la Agricultura, Viticultura y Ganadería.

Figura 41.

Sucursal 6 Preparación Ideal.



Nota: Elaboración Propia.

Dicha sucursal abarcará parte de Santa Ana, La Pintada y el Ancón. Igualmente, con un radio de influencia de 2500m y estará enfocado en la actividad Agrícola, Vitivinícola, y Ganadería.

Figura 42.

Sucursal 7 – Nunca Rendirse.



Nota: Elaboración Propia.

La Sucursal Nunca Rendirse abarca el Valle de Uriondo y parte de San Isidro. Respetando el radio de influencia de 2500m y con un rango de usuarios de 1.000 a 1.500 usuarios. Estará enfocada en la actividad de la Agricultura, Vitivinícola, Avícola y Ganadería.

Los nombres de las Sucursales fueron determinados por las características de una actitud emprendedora según nos mencionaba Robert (Kiyosaki) anteriormente.

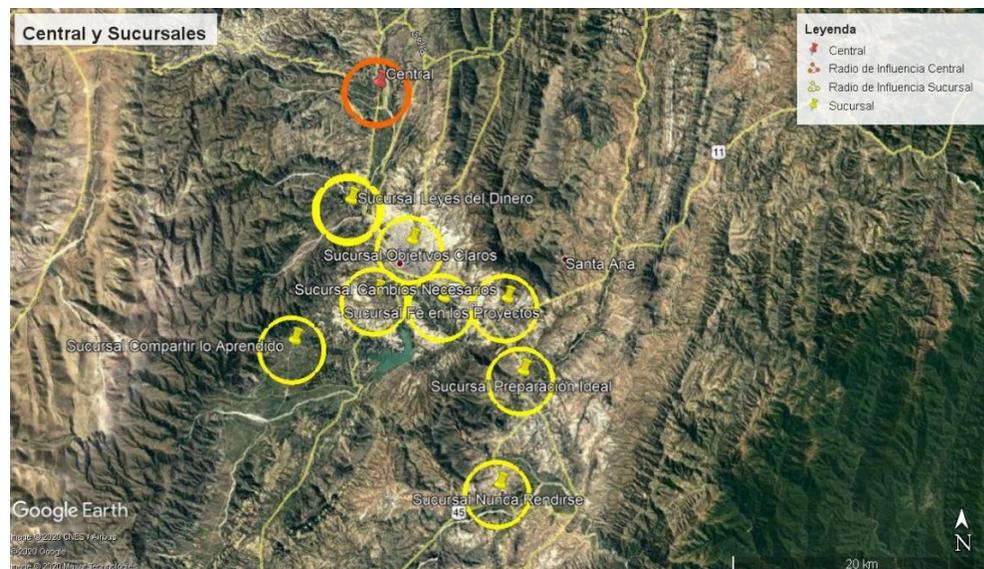
6.3 Premisas De Planificación Urbana.

6.3.1 Premisa De Organización.

Se pretende crear y organizar una red de sucursales del proyecto, los cuales deben estar distribuidos en puntos estratégicos que faciliten su accesibilidad tanto presencial como virtual. Tomando en cuenta la tabla de Equipamientos de Educación del Libro Equipamiento Urbano de Jorge Saravia Valle para determinar su radio de influencia y emplazamiento.

Figura 43.

Planificación de distribución sucursales.



Nota. Elaboración propia.

6.3.2 Premisa De Funcionalidad.

Se propone que cada sucursal esté especializada en la principal actividad económica de la zona, pero igualmente abarcará las otras actividades económicas, logrando capacitar a la población y brindándoles una red digital donde obtengan información, conversatorios, foros, cursos, y entre otros programas que retroalimenten una sucursal a la otra. Asimismo, creando eventos que los usuarios puedan exponer, vender y capacitarse en otras sucursales.

6.3.3 Premisa Ambiental.

Se pretende utilizar tecnologías de aporte ambiental, para brindar un apoyo sostenible en referente al gasto energético del equipamiento.

Se determina no afectar en el medio natural ya existente, y recaudar aguas pluviales para riego.

6.3.4 Premisa de colaboración social.

Se permitirá la realización de actividades de reunión del barrio o comunidad, en algunos ambientes del centro.

6.4 Premisas De Diseño Arquitectónico.

6.4.1 Premisa Morfológica.

Se determina que la morfología del equipamiento debe respetar el entorno donde será emplazado, de tal manera ser caracterizado como un proyecto tipológico, esto es necesario más aun siendo emplazada la central en San Lorenzo debido a que su imagen urbana actual es impecable. Es decir, mantener el estilo colonial, para generar una mayor integración entre arquitectura moderna y lo patrimonial.

Figura 44.

Morfología.



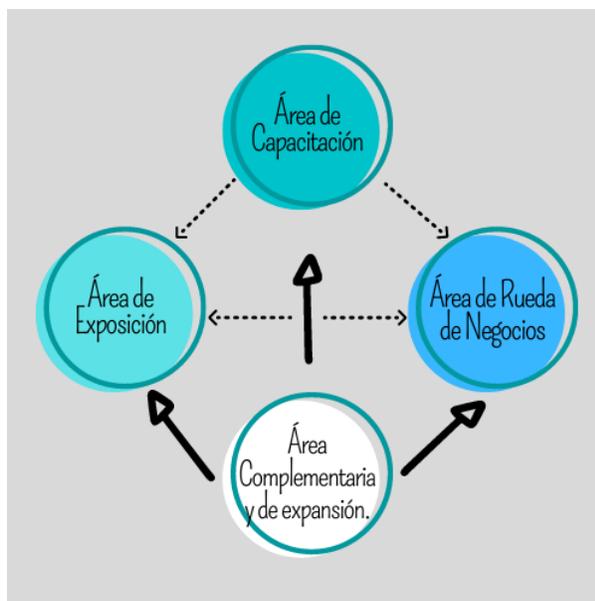
6.4.2 Premisa De Funcionalidad.

Se considera que cada sucursal contará con la zonificación compuesta por:

- Área de Capacitación.
- Área de Exposición.
- Área de Rueda de Negocios.
- Área Complementarias y de expansión.

Figura 45.

Funcionalidad.



Dichas áreas estarán relacionadas con el fin de brindar comodidad y fácil acceso a cada una de ellas. Se realizará un análisis de relaciones funcionales para lograr la correcta distribución y organización de ambientes.

6.4.3 Premisa Ambiental.

Generación de energías limpias, a través de utilización de paneles solares, recaudación de aguas pluviales, utilización de materiales eco amigables, y entre otras. Brindando un diseño bioclimático adecuado con ventilación natural, base a la orientación solar, respetando la vegetación existente e implementando nueva vegetación nativa, y entre otras alternativas bioclimáticas.

6.4.4 Premisa Tecnológica.

Se propone la bioconstrucción utilizando materiales eco amigables, por ejemplo, los pisos y baldosas de marca cochabambina MAMUT, que utilizan llantas desechadas para la fabricación de sus productos.

Figura 46.

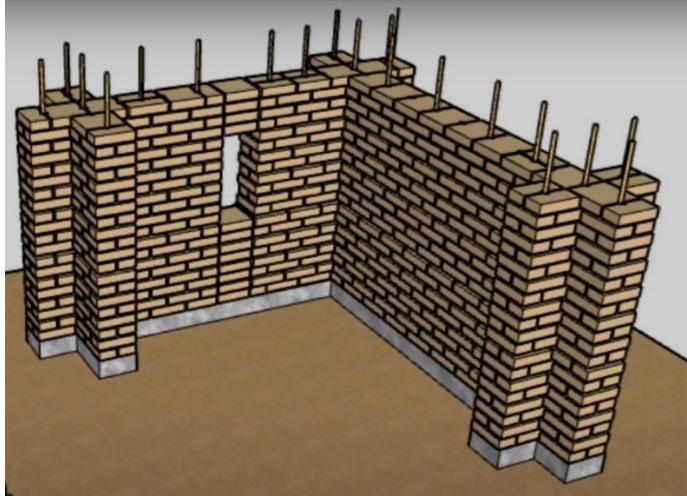
Baldosas MAMUT.



Al igual que el Adobe reforzado con caña, y cimentaciones ciclópeas para el sistema estructural.

Figura 47.

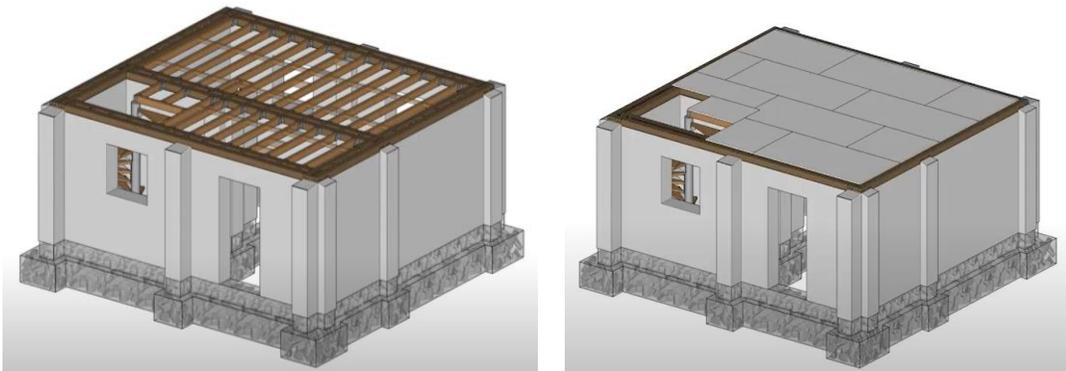
Adobe con caña.



También se utilizará Paneles Contrachapados y estructura de Madera para los entrepisos.

Figura 48.

Paneles Contrachapados y estructura de Madera.



Y mantener características representativas del estilo colonial de San Lorenzo, como ser: el techo de teja, los muros de adobe y entre otros.

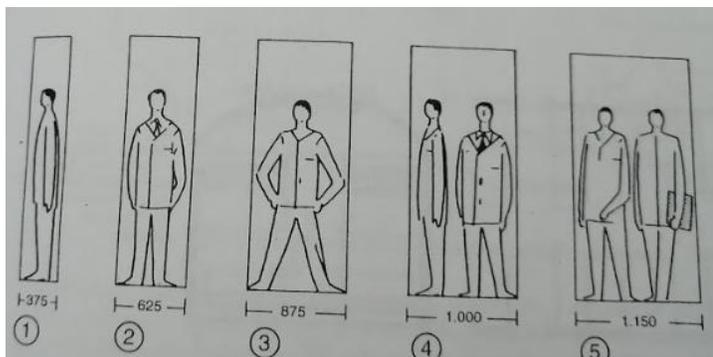
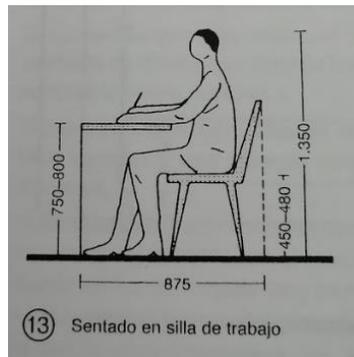
6.5 Estudio Ergonómico.

Se considera de vital importancia realizar un estudio ergonómico antes de empezar a diseñar, asimismo se estudia las dimensiones antropométricas, que son las

dimensiones del ser humano. Estas nos ayudan a calcular el espacio que pueda llegar a utilizar el hombre.

Figura 49.

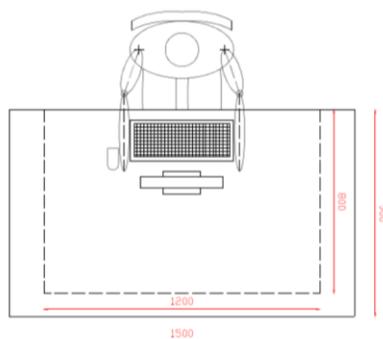
Dimensiones Antropométricas.



Nota: Extraído de (Neufert, 2013, 16 edición)

Figura 50.

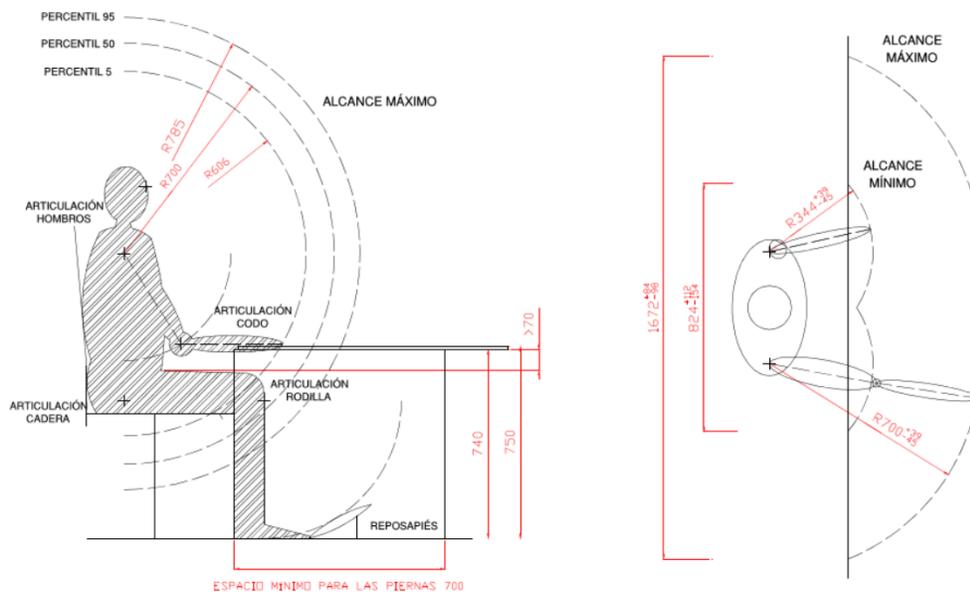
Dimensiones mesa de trabajo.



Nota: Elaboración Propia con información extraída de (Neufert, 2013, 16 edición)

Figura 51.

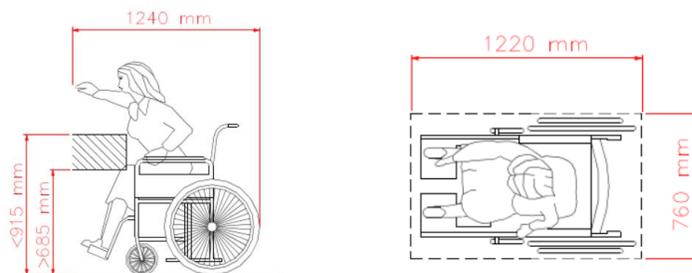
Alcance de las extremidades.



Nota: Extraído de (Neufert, 2013, 16 edición)

Figura 52.

Dimensiones de minusválidos.

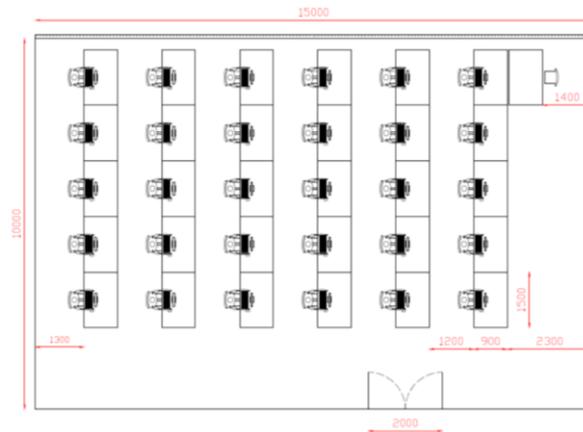


Nota: Extraído de (Neufert, 2013, 16 edición)

Considerando dichas dimensiones se las puede utilizar y calcular para el diseño de aulas de computación y aulas normales.

Figura 53.

Dimensiones básicas de un aula de computación.



Nota: Elaboración Propia.

En base a estas dimensiones se obtiene un mayor criterio al momento de diseñar, al igual que se puede realizar los programas respectivos, el cualitativo y el cuantitativo. De esta manera, empezar a planificar el diseño del proyecto.

6.6 Programa Cualitativo.

ÁREA	AMBIENTE	DESCRIPCIÓN
Área de Capacitación	Aulas	Espacios para brindar la capacitación de maestros hacia alumnos.
	Laboratorio de computación	Aula con computadoras tanto para el maestro como para los alumnos, para capacitaciones informáticas.
	Sala de conferencias	Salón para albergar exposiciones, conferencias, talleres, charlas, etc.
	Biblioteca	Espacio para conservar libros en estantes y que los mismos puedan ser prestados a los estudiantes.
Área de Exposición	Patio de Ferias	Espacio abierto para productos de gran magnitud o que puedan ser expuestos al aire libre.
	Sala de ferias	Espacio cerrado para productos que necesiten ser albergados en heladeras, no resistentes al sol, etc.
	Sala de Jurados	Pequeña sala para albergar a los jurados o inversores de las ferias.
Área de Rueda de Negocios	Gran Salón	Espacio donde se ejecuta la rueda de negocios.
	Recepción	Pequeño espacio de recepción para la organización de inversores y productores.
Área Administrativa	Dirección	Oficina para el Director a cargo.
	Secretaría	Oficina para la secretaria del director.
	Sala de reuniones	Espacio que alberga las reuniones del director.
	Cocineta	Pequeño espacio para elaborar alimentos de desayuno y merienda, además de almacenarlos.
	Archivos	Almacén de documentos, perfiles de estudiantes, contratos, convenios, etc.
Área Complementaria	Baños	Servicio sanitario e higiene.
	Depósitos	Espacio de almacén de objetos.
	Estacionamiento	Parqueo para transporte privado.
	Escaleras y rampa	Circulación vertical.
	Restaurante Café	Ambiente que ofrece los servicios de restaurante y cafetería que utilizará los productos de los emprendedores.

6.7 Programa Cuantitativo

ÁREA	AMBIENTE	CANTIDAD DE M2 POR AMBIENTE	CANTIDAD DE AMBIENTES	TOTAL M2
Área de Capacitación	Aulas con capacidad de 20 alumnos	64	3	192
	Aulas con capacidad de 40 alumnos	80	3	240
	Laboratorio de computación con capacidad de 20 alumnos	129	2	258
	Sala de conferencias	150	1	150
	Biblioteca	30	1	30
	Área de Exposición	Patio de Ferias	200	1
Sala de ferias		42	1	42
Sala de Jurados		12	1	12
Área de Rueda de Negocios	Gran Salón	56	1	56
	Recepción	4	1	4
Área Administrativa	Dirección	16	1	16
	Secretaría	12	1	12
	Sala de reuniones	20	1	20
	Cocineta	9	1	9
	Archivos	12	1	12
Área Complementaria	Baños capacidad de 3 conjuntos de mobiliario	12	5	60
	Depósitos	12	2	24
	Estacionamiento	680	1	680
	Escaleras y rampa	17	1	17
	Restaurante café	72	1	72
TOTAL				2106

